ԱԴՐԲԵՋԱՆԱԿԱՆ ՄԵԴԻԱ-ԴԱՇՏՈՒՄ ԿԻՐԱՌՎՈՂ ՀԱԿԱՀԱՅԿԱԿԱՆ ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ-ՀՈԳԵԲԱՆԱԿԱՆ (ՄԱՆԻՊՈՒԼԱՑԻՈՆ) ԱԶԴԵՑՈՒԹՅԱՆ ԱՐԴԻ ՀՆԱՐՔՆԵՐԸ

(ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ-ՎԵՐԼՈՒԾԱԿԱՆ ՆՅՈՒԹԵՐ)

ԵՐԵՎԱՆ – 2016

ՆԵՐԱԾՈՒԹՅՈՒՆ

Տեղեկատվական-հոգեբանական ներգործությունը մարդկանց (առանձին անձերի և խմբերի) վրա ազդեցություն գործելու միջոց է, որի նպատակն է նրանց գիտակցության ու ենթագիտակցականի գաղափարախոսական ու հոգեբանական կառուցվածքների փոփոխությունը, հուզական վիճակի փոխակերպումը, տեղեկատվական միջոցների օգտագործմամբ և հոգեբանական բացահայտ ու թաքնված պարտադրման տարբեր միջոցների կիրառմամբ վարքի որոշակի տեսակների խթանումը: Հոգեբանական ներգործությունը հաճախ կիրառվում է անձի գաղտնի պարտադրման տեխնոլոգիաների ձևով: Այդպիսի տեխնոլոգիաների թվին են դասվում մանիպուլյացիաները: *Մանիպուլյացիան շահադիտական նկատառումներով մարդկանց կացության, հույզերի, զգացմունքների վրա արված հոգեբանական ներգործության թաքնված ձևն է (քանզի իր բնույթը կկորցնի, եթե իրականացվի ակնհայտորեն), որը, որպես կանոն, կիրառվում է հաղորդակցման ընթացքում: Այս տեսակյունից հուզական դաշտը համարվում է մանիպուլյացիայի կարևոր ոլորտը, քանի որ առավել հեշտ է մարդուն ղեկավարել, իշխել ազդելով նրա զգացմունքների, քան բանականության վրա:*

Մանիպուլյացիայի դեպքում կիրառվում են հոգեբանական ազդեցության ամենատարբեր միջոցներ՝ վարակում, ներշնչում, համոզում և այլն: Ուստի կարելի է ասել, որ մանիպուլյացիան հոգեբանական այնպիսի ներգործություն է, որի ազդեցությամբ մարդը կատարում է ուրիշի կողմից դրդված գործողություններ ու արարքներ՝ հետա·այում ապրելով խաբվածության, անհարմարության զգացում:

Մանիպուլյացիոն մեխանիզմների արդյունավետ կիրառման համար կանոր պայման են համարվում հասարակության պաշտպանիչ մեխանիզմների (ավանդույթներ, բարոյական նորմեր և այլն) թուլացումը և վերացումը:

Որպես կանոն, առանձնացվում է մանիպուլյացիայի երեք մակարդակ.

I. մարդկանց գիտակցության մեջ գոյություն ունեցող այն գաղափարների, դիրքորոշումների, շարժառիթ¬ների, արժեքների, նորմերի ուժեղացում, ակտիվացում, որոնք համահունչ են ուղղորդվող կողմի նպատակներին,
II. իրադարձության, գործընթացի, փաստերի, հայացքների այնպիսի մասնակի փոփոխություններ, որոնք ուղղորդող ազդեցություն կունենան մանիպուլյացիայի թիրախ հանդիսացող մարդկանց հուզական և գործնական վերաբերմունքի ձևավորման վրա,
III. անսովոր, դրամատիկ, կենսական նշանակություն ունեցող տեղեկություններ հաղորդելու ճանապարհով մարդկանց համոզմունքների ու դիրքորոշումների արմատական փոփոխություն[1]:

Ի դեպ, եթե առաջին երկու մակարդակներում մանիպուլյացիան միայն մակերեսորեն կարող է փոխել անձի կենսադիրքորոշումները, ապա երրորդ մակարդակում գիտակցության վրա համալիր ներգործության շնորհիվ կատրվում է թե՛ անձի և թե՛ սոցիալական հանրության գիտակցության և հայացքների արմատական փոփոխություն:

Գործնականում հաստատված է, որ որքան ավելի տեղեկացված են մարդիկ, այնքան դժվար է նրանց մանիպուլյացիայի ենթարկել, ուստի հոգեբանական ներգործության օբյեկտներին պետք է տրամադրել տեղեկատվության փոխնակ՝ կտրտված ու նոսրացված, որը համապատասխանում է հոգեբանական ներգործության նպատակներին: Սկզբում մարդկանց փորձում են պարտադրել այնպիսի կարծրատիպեր, որոնք ընդունակ են առաջացնել անհրաժեշտ ռեակցիաները, արարքներն ու վարքը: Ընդ որում, հատուկ կողմնորոշվում (կամ ընտրվում) են այնպիսիք, ովքեր ասես իրենց կամքին հակառակ հավատում են առասպելների, ասեկոսների: Հետո օգտագործվում են մի շարք հնարքներ, որոնք թույլ են տալիս բարձրացնել ներգործության արդյունավետությունը:

[1] http://ysu.am/files/03R_Nemishalyan.pdf էջ 36-37

Հայ-ադրբեջանական հակամարտության հարյուրամյա պատմությունը միշտ ուղեկցվել է հոգեբանական ու քարոզչական ճնշումներով: Հակամարտության ընթացքում ադրբեջանական կողմը մշակել և օգտագործում է համապատասխան «քարոզչական առասպելաբանություն» բաղկացած փաստերի, առասպելների ու կարծրատիպերի խառնուրդից, որի նպատակն է արդարացնել յուրայինների գործողություններն ու խրախուսել հայերի դեմ ուղղված հետագա քայլերը: Միաժամանակ նպատակ է դրվում ապամարդկայնացնել հայերին, ինչպես յուրային, այնպես էլ պայմանականորեն չեզոք երրորդ ուժերի աչքում: Անընդհատ փորձ է արվում ճնշելու հայերի դիմադրելու կամքը: Տարիների ընթացքում մշակված քարոզչական ապարատն այսօր էլ որպես զենք օգտագործվում է հայ-ադրբեջանական հակամարտության տեղեկատվական-հոգեբանական ազդեցության և գաղափարախոսական ճակատում, որտեղ շահարկվում են հետևյալ թեմաները:

- ❖ Հայկական պետականության ու հայ ժողովրդի պատմությունը, հատկապես Արցախի քաղաքական պատմությունը, հայերի ծագման ու բնիկության հարցերը:
- ❖ Ադրբեջանական պետության կազմավորման, ժողովրդի ծագման և ձևավորման հարցերի նպատակահարմար մեկնությունը և նրանց բնիկության ամրապնդումը:
- ❖ 1915թ. Հայոց ցեղասպանության հերքումը և հանցանքի պրոյեկտումը:
- ❖ «Ադրբեջանցիների ցեղասպանություն» իրականացնելու մեջ հայկական կողմին ուղղված մեղադրանքները:
- ❖ Այլ ժողովուրդների դեմ «կատարած հանցանքները»: Այս թեմատիկայի շրջանակներում հայերին վերագրվում են տարածաշրջանի ժողովուրդների, այդ թվում՝ հրեաների ու ռուսների նկատմամբ իրականացված հանցանքները կամ կոտորածները:
- ❖ Հայ ժողովրդի բարոյահոգեբանական նկարագրի և արժեհամակարգի խեղաթյուրումը:
- ❖ ՀՀ-ում և ԼՂՀ-ում առկա ներքին սոցիալ-տնտեսական, քաղաքական խնդիրների շահարկումը և մտացածին խնդիրների վերագրումը:
- ❖ ՀՀ զինված ուժերի խնդիրների շահարկումը, վարկաբեկող տեղեկույթի տարածումը[2]:

Վորոնշյալ թեմատիկ հաղորդագրություններում ծանրակշիռ մասն են կազմում պատմական, իրավական, կրոնական-մշակութային, ռազմական ու առօրեականության դիսկուրսի ձևերը: Դրանք բոլորը միավորվում են իրենց առանցքային հակահայկականության տարածման շուրջ, որտեղ էլ առավել հաճախ հանդիպում են մանիպուլյացիաների մեթոդների վրա հիմնված ազդեցության բազմատեսակ հնարքներ:

Աշխատության **նպատակն** է ներկայացնել ադրբեջանական մեդիա-դաշտում 2015 թվականի ընթացքում առկա տեղեկատվական-հոգեբանական գործողությունների (մանիպուլյացիոն հնարքների) զարգացումները, որոնք պայմանականորեն դասակարգվել են ըստ հիմնական ուղղությունների: Հիմնական շեշտադրումն այն է, որ Հայաստանի դեմ տարվում է լրջորեն նախապատրաստված, հեռանկարային տեղեկատվական պատերազմ, որը չի զիջում և նունիսկ ավելի վտանգավոր է բաց ռազմական գործողություններից:

Առաջադրված նպատակին հասնելու համար փորձել ենք լուծել հետևյալ **հիմնական խնդիրները**.

- ներկայացնել ռազմական, արտաքին քաղաքականության և ներքաղաքական ոլորտներում տեղեկատվական-հոգեբանական (մանիպուլյացիոն) ազդեցության արդի հնարքները,
- ուսումնասիրել ադրբեջանական լոբբինգային գործունեության բաղադրիչը,
- ներկայացնել հեռուստատեսության և ռադիոյի միջոցով տեղեկատվական-հոգեբանական (մանիպուլյացիոն) ազդեցության արդի հնարքները,
- վերլուծել տեղեկատվական-հո·եբանական գործողություններն ադրբեջանական համացանցում,
- դիտարկել տեղեկատվական-հոգեբանական (մանիպուլյացիոն) ազդեցությունը ծաղրանկարների միջոցով:

---

[2]http://ysu.am/files/.pdf էջ 51-58

1. ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ-ՀՈԳԵԲԱՆԱԿԱՆ (ՄԱՆԻՊՈՒԼՅՑԻՈՆ) ԱԶԴԵՑՈՒԹՅԱՆ ՀՆԱՐՔՆԵՐԸ

Տեղեկատվական-հոգեբանական (մանիպուլացիոն) ազդեցության հնարքները բազմաթիվ են (50-ից ավելի), և անընդհատ ստեղծվում են նոր տեսակներ ու մեթոդներ (զուգակցման միջոցով դրանց թիվը կարող է գերազանցել մի քանի հարյուրը), այդ պատճառով դժվար է թվարկել բոլորը, ուստի քննարկման կենթարկենք այն հիմնական մեթոդները, որոնք մանիպուլյացիայի միջուկն են ու կիրառվել են ադրբեջանական քարոզչամեքենայի կողմից:

1.1. Մանիպուլյացիոն հնարքների կիրառումը ռազմական ոլորտում

Ադրբեջանի լրատվամիջոցներում նկատվել է հայտնի մանիպուլյատիվ գործոններից և հնարքներից ***«տեղեկատվության առաջնայնության գործոնի և շաբլոն արտահայտությունների կրկնություն»***[3] հնարքնի զուգակցված կիրառում: Այս առումով, եթե հետևենք «ՀՀ ԶՈՒ կողմից հրադադարի ռեժիմի խախտմանն» առնչված «Trend.az»[4], «Minval.az»[5], «Day.az»[6] և այլ եռալեզու կամ քառալեզու լրատվամիջոցներում արված հայտարարություններին, ապա կտեսնենք, որ հայկական կողմն ամեն օր խախտում է զինադադարը 90-ից 120 անգամ՝ 10-ից 20 ուղղություններով: Այս կեղծ հաղորդագրությունները, առաջնայնության գործոնի պարագայում, համաշխարհային հանրության կողմից ընդունվում է որպես իրական, իսկ Ադրբեջանը ներկայանում է որպես «խաղաղասեր» և զինադադարի պահպանման պարտավորությունները կատարող երկիր:

Բացի այդ, դիտարկված բոլոր հաղորդագրությունների տեքստերն ավարտվում են շաբլոն նախադասությունների կրկնությամբ՝ «Երկու հարավկովկասյան երկրների միջև կոնֆլիկտն առաջացել է 1988 թվականին՝ Ադրբեջանի նկատմամբ Հայաստանի կողմից տարածքային պահանջի հետևանքով: Լեռնային Ղարաբաղը և 7 հարակից շրջանները՝ Ադրբեջանի տարածքի 20%-ը, դեռևս գտնվում են ՀՀ ԶՈՒ օկուպացիայի ներքո»: Սա ակնհայտ է դարձնում մեկ կենտրոնից մշակված և բոլոր լրատվամիջոցներին ուղարկվող տեքստի առկայությունը, որն էլ տարածվում է բոլոր կայքերում և թեմային առնչվող բոլոր հոդվածներում:

Հաջորդը, ***«սարսափի կամ վախի մթնոլորտի առաջացում»*** հնարքն է, որի նպատակը դիտողական և արտահայտչական (լուսանկարներ, փաստավավերագրական ֆիլմեր և այլն) միջոցներով կամ նպատակաուղղված հաղորդագրություններով հոգեբանական ներազդեցություն գործելն է՝ առաջացնելով վախի, սեփական ուժերի նկատմամբ անվստահության, անկարողության զգացում, միաժամանակ ադրբեջանական կողմի վստահ և անպատժելի գործողությունների պատրանք: Օրինակ, «Oxu.az»[7] կայքում հրապարակվել էր «Ինչպես ադրբեջանցի հրետանավորները ոչնչացրեցին թշնամուն: Իրական կադրեր» վերնագրով նյութը, որտեղ ցուցադրվել էր տիեզերքից նկարահանված կադրերը և մեկնաբանվել, որ դրանք ապացուցում են, որ հակառակորդի գործողություններին ադրբեջանական կողմը հետևում է ոչ միայն անօդաչու թռչող սարքերից, այլև լայնորեն կիրառում է արբանյակների հնարավորությունները (նկ.1): Կամ «Ոչնչացվել են ռազմական տեխնիկան և կենդանի ուժը» վերտառությամբ հաղորդագրությունում «armenia.az»[8]-ը նշում է, որ «ավելի վաղ հաստատված կոորդինատների հիման վրա՝ հակառակորդի կուտակումների վրա հասցված հարձակումների արդյունքում ոչնչացվել է հայկական կողմի ռազմական տեխնիկան և կենդանի ուժը» (նկ.2): Կամ էլ «haqqin.az»[9] կայքում տպագրված «Ասաղը կիրառել է ռուսական «դժոխային» զենք» նյութը, որտեղ ցուցադրվել էր Սիրիայում ՏՈՍ-1Ա ծանր

---

[3] *Առաջնայնության գործոնի* հաջողությունն ապահովում է այն դեպքում, երբ տեղեկատվությունն ավելի շուտ է հասցվում հասարակությանը, քան հակառակորդինը: Արդյունքում մարդիկ գերադասում են հավատալ սկզբնական տեղեկատվությանը, և փոխել արդեն ստեղծված կարծիքն այս կամ այլ հարցի վերաբերյալ՝ շատ դժվար է: *Շաբլոն արտահայտությունների կրկնության* հնարքի իմաստն այն է, որ անհրաժեշտ տեղեկատվությունը լսարանի մեջ ամրապնդելու համար շարունակ կրկնվում է նույն տեքստը:

[4] http://www.trend.az/

[5] http://minval.az/

[6] http://news.day.az/topnews/

[7] http://ru.oxu.az/

[8] http://www.armenia.az/

[9] http://haqqin.az/news

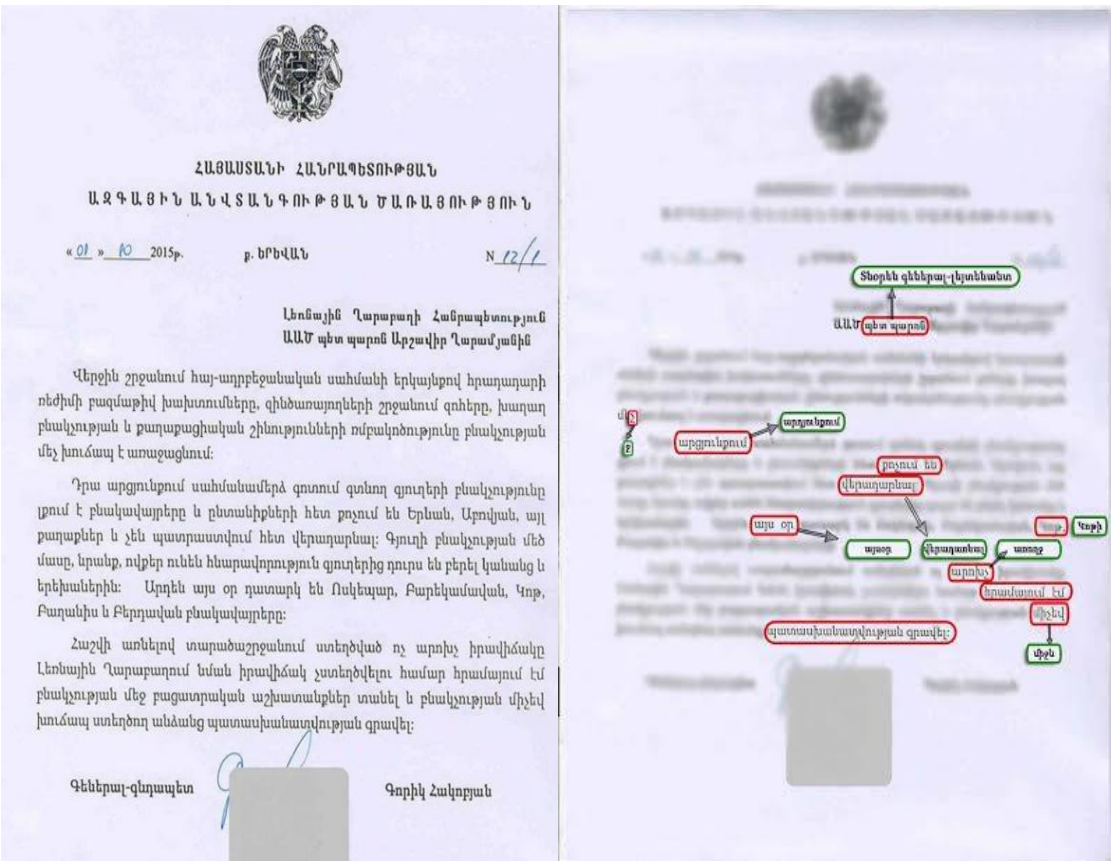
հրանետի կիրառման հետևանքները: Վախի մթնոլորտ առաջացնելու նպատակով հեղինակները հոդվածը եզրափակել էին «Ադրբեջանը դեռևս 2011թվականին Ռուսաստանից գնել է 18 այդպիսի կայանք» նախադասությամբ:

Նկ.1

Նկ.2

Ադրբեջանը փորձել է կիրառել նաև ***«տեղեկատվական ալիքի առաջացում»*** հնարքը, որի հիմնական խնդիրն է միջանձնային շփման մակարդակում ստեղծել, այսպես կոչված, «երկրորդական տեղեկատվական ալիք»՝ հետագայում քննարկումների, գնահատումների և համապատասխան լուրերի տարածման նպատակով: Սակայն այդ արկածախնդրությունը, մեղմ ասած, տապալվել է: Բանը նրանումն է, որ «սենսացիոն» տեղեկատվական արտահոսք կազմակերպելու նպատակով «faktxeber.com»[10] կայքը, իբրև թե հայթայթել ու հրապարակել է ՀՀ ԱԱԾ տնօրեն Գ.Հակոբյանի պաշտոնական գրությունը՝ ուղղված ԼՂՀ ԱԱԾ տնօրեն Ա.Ղարամյանին: Շինծու նամակի թռուցիկ ուսումնասիրությունը ի ցույց է դրել հեղինակների անգրագիտությունը: Նախ՝ ԼՂՀ ԱԱԾ տնօրենին ուղղված պաշտոնական գրությունում չպետք է օգտագործվեր «ԼՂՀ ԱԱԾ պետ» սխալ ձևակերպումը: Երկրորդ՝ բազմաթիվ տառասխալներով է գրված տեքստը («արցյունքում», «վերադարնալ», «այս օր», «արոխչ» և այլն): Դրանով ընթերցողի մոտ կասկած է առաջացել նամակի իսկության նկատմամբ (նկ.3):

[10] http://ru.faktxeber.com/



ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ
ԱԶԳԱՅԻՆ ԱՆՎՏԱՆԳՈՒԹՅԱՆ ԾԱՌԱՅՈՒԹՅՈՒՆ

«01» 10 2015թ. ք. ԵՐԵՎԱՆ N 12/1

Լեռնային Ղարաբաղի Հանրապետություն
ԱԱԾ պետ պարոն Արշավիր Ղարամյանին

Վերջին շրջանում հայ-ադրբեջանական սահմանի երկայնքով հրադադարի ռեժիմի բազմաթիվ խախտումները, զինծառայողների շրջանում զոհերը, խաղաղ բնակչության և քաղաքացիական շինությունների ռմբակոծությունը բնակչության մեջ խուճապ է առաջացնում:

Դրա արդյունքում սահմանամերձ գոտում գտնող գյուղերի բնակչությունը լքում է բնակավայրերը և ընտանիքների հետ թռչում են Երևան, Աբովյան, այլ քաղաքներ և չեն պատրաստվում հետ վերադարձել: Գյուղի բնակչության մեծ մասը, երեք, ովքեր ունեն հնարավորություն գյուղերից դուրս են բերել կանանց և երեխաներին: Արդեն այս օր դատարկ են Ոսկեպար, Բարեկամավան, Կոթ, Բաղանիս և Բերդավան բնակավայրերը:

Հաշվի առնելով տարածաշրջանում ստեղծված ոչ արոխչ իրավիճակը Լեռնային Ղարաբաղում նման իրավիճակ չստեղծվելու համար հրամայում էմ բնակչության մեջ բացատրական աշխատանքներ տանել և բնակչության միջև խուճապ ստեղծող անձանց պատասխանատվության գրավել:

Գեներալ-գնդապետ Գորիկ Հակոբյան

Տեսչեն գեներալ-լեյտենանտ
ԱԱԾ պետ պարոն
արդյունքում
արդյունքում
բնակում են
վերադարձում
այս օր
պարոչ
վերադարձում
առոչչ
Կոթի
արոխչ
հրամայում էմ
միջև
պատասխանատվության գրավել:
միջև

Նկ.3

Մեկ այլ, հաճախ օգտագործվող մանիպուլիացիոն հնարքներից է ***«հեղինակավոր վկայությունը»***: Այս հնարքի իմաստն այն է, որ ինչ-որ երևույթի, իրադարձության կամ անձի վերաբերյալ վկայակոչվում է հեղինակությունների խոսքը՝ դրական վերաբերմունք առաջացնելու նպատակով: Ի դեպ՝ պարտադիր չէ, որ հեղինակությունը լինի այն ոլորտից և հասկանա այն խնդիրները, որի մասին նա կարծիք է հայտնում: Օրինակ, «Minval.az»[11] կայքում տպագրված «Ադրբեջանը չեզոքացրել է Հայաստանի բալիստիկ հրթիռների սպառնալիքները» հոդվածում, նշվել է, որ U-300 ՊՄՈՒ-2 զենիթահրթիռային համակարգերը ընդունակ են ետ մղել 24 SCUD-B բալիստիկ հրթիռներից բխող ցանկացած սպառնալիք: Այսպիսի եզրակացության է հանգել Bellingcat.com[12] պարբերականում հրատարակված հոդվածի հեղինակ Մասիս Ինգիլիզյանը, որն էլ իր հերթին վկայակոչել է IMINT Analysis-ի փորձագետների նյութերը: Հարկ ենք համարում հիշեցնել, որ Ինգիլիզյանը հանդիսանում է Հոլոքոստի և Եղեռնի ավստրալիական հետազոտությունների ինստիտուտի գիտաշխատող, զբաղվում է Կովկասի, Իրանի և Ռուսաստանի աշխարհաքաղաքական հետազոտություններով, չունի ռազմամասնագիտական կրթություն: Ավելին, ըստ ԿՀՎ նախկին աշխատակից Ռեյ Մակտավերնի խոսքերի, նշված կազմակերպությունը ֆինանսավորվում է Ատլանտյան խորհրդի և ԱՄՆ միջազգային զարգացման գործակալության կողմից:

Ադրբեջանական կայքերում հրապարակված բազմաթիվ նյութերում կարելի է հանդիպել նաև ***«փաստերի վերադասավորում և գովերգում»*** հնարքների զուգակցված կիրառմանը: Այս դեպքում ընտրվում են միայն դրական կամ բացասական փաստերը (կարծիքները) չներկայացնելով հակառակ կողմի տեսակետները և պարտադիր գովերգվում դրանք: Փաստերի կամ կարծիքների շարադրանքը հնարավորություն է տալիս դրական վերաբերմունք ստեղծել ընթերցողի մոտ, և հետագայում հակառակ կարծիք ձևավորելը շատ դժվար է լինում, որովհետև ընթերցողն արդեն ունի տեղեկատվության անհրաժեշտ պաշար: Օրինակ, ԱՀ ՊՆ հայտարարություններում նշվում են, որ ՀՀ-ն սահմանամերձ գյուղերի պաշտպանության համար ընդգրկում է քաղաքացիներին, ինչը կապված է զինվորների սուր պակասով, քաոսով, վախով, անկարգությամբ ու դասալքության աճով: Միաժամանակ նշվում է, որ ԱՀ

[11] http://minval.az/
[12] https://www.bellingcat.com/

ՁՈՒ-ում ծառայությունն ընդհակառակը, տարբերվում է կարգապահությամբ, զինվորների մոտ առկա բարձր մարտական ոգով և մարտական տրամադրությամբ:

Ադրբեջանական քարոզչամեքենայի կողմից կիրառված հերթական հնարքներից է նաև ***«հակադրության սկզբունքը»***: Այսպես, Sputnik.az[13] կայքում տպագրված նյութերում ի հակադրություն «բոլոր բացասական հատկանիշներով օժտված հայ զինծառայողների» հանդես են գալիս «խաղաղասեր, հանդուրժող, հայրենասեր, ավանդույթներին հավատարիմ, հանուն հայրենիքի և ընտանիքի իրենց կյանքը զոհելու պատրաստ» ադրբեջանցի զինծառայողները: Հակադրության էֆեկտն ավելի ցայտուն դարձնելու համար համեմատություններն արվել են նույն տեքստի շրջանակներում: Իսկ մեկ այլ՝ ***«հասկացությունների աղավաղում և դասակարգում»***[14] հնարքի միջոցով ադրբեջանական «Day.az»[15], «Anspress.com»[16], «Trend.az»[17], «Zerkolo.az»[18] կայքերը փորձելով բարձրացնել իրենց զինված ուժերի ոգին, ՀՀ զինված ուժերը ներկայացրել են որպես «Հայկական զինված ուժեր» կամ «Հայկական զինված ստորաբաժանումներ» մինչդեռ իրենց ստորաբաժանումներն անվանել են «Ադրբեջանի ազգային բանակ»:

«Ռազմական առասպելների ստեղծման, տարածման ու ապագա գործողությունների վերգրման հնարքների զուգակցում»: *Ռազմական առասպելների ստեղծման ու տարածման* դեպքում առասպելները հանդես են գալիս իբրև գաղափարների համակարգ, որը զանգվածները պատրաստ են դիտարկել իբրև ճշմարիտ՝ անկախ նրանից՝ արդյոք դրանք իրական են, թե կեղծ: Լինելով կոլեկտիվ գիտակցության երևույթ՝ առասպելը ձևավորում է որոշակի աշխարհընկալում, հոգեբանական և գաղափարախոսական դիրքորոշում: Ավելին, այն իրական օբյեկտների միջև հորինված պատճառային կապեր է հաստատում, ծնում կեղծ օբյեկտներ, հորինում փառավոր անցյալի մասին լեգենդներ, կապակցում իրականությունը հորինվածի հետ: *Ապագա գործողությունների վերգրման* դեպքում հակառակ կողմին ներշնչում են, թե նրանք (ադրբեջանցիները) պատրաստ են անցնել բռնի գործողությունների, եթե անգամ ոչ հիմա, ապա մոտ ապագայում: Այսպես, «Minval.az»[19] կայքում տպագրված «Մոտակա ժամանակում հակառակորդին կապացուցենք, որ մենք իրենից ուժեղ ենք» հաղորդագրությունում նշվում է, որ «ռազմաճակատում ձեռնարկված միջոցառումների շնորհիվ հակառակորդը մեծ կորուստներ կրեց: Մեր զինվորների մարտական ոգին վախեցնում է հակառակորդին, նրանք խուճապի մեջ են: Մենք ստուգեցինք ճակատամերձ գոտու զորամասերի մարտական պատրաստվածությունը և մեկ անգամ ևս համոզվեցինք, որ ադրբեջանցի զինվորը լիովին պատրաստ է ազատագրելու մեր օկուպացված հողերը: Շուտով մենք դա կապացուցենք հակառակորդին»:

«Ժխտման և անհրաժեշտ ռակուրսի հնարքների զուգակցում»: Այս հնարքների համատեղ օգտագործման նպատակն է մի կողմից արձանագրված փաստի լիակատար ժխտում, մյուս կողմից տեղեկատվության մատուցում անհրաժեշտ տեսանկյունից: Այսպես, ադրբեջանական կողմից Բաղանիս-Ոսկեպար սահմանամերձ միջպետական ավտոճանապարհով ընթացող ՌԴ պատկանող «DAF XF 95» մակնիշի բեռնատարի գնդակոծության առնչությամբ ԱՀ ՊՆ «Ռուսական բեռնատարի գնդակոծության մասին տեղեկատվությունը հայկական կողմի սադրանք է» հաղորդագրության մեջ նշվում է, որ «հայկական ԶԼՄ-ներում շրջանառվում է մի ծիծաղելի և անհեթեթ լուր, թե իբր Ադրբեջանի և Հայաստանի պետական սահմանում ռուսական բեռնատար է գնդակոծվել: Ինչպես միշտ, հայկական կողմին շատ են անհանգստացնում Ադրբեջանի և Ռուսաստանի միջև գնալով ավելի զարգացող բարեկամական և գործընկերային հարաբերությունները»:

---

[13] http://ru.sputnik.az/life/20150514/302256631.html

[14] Այս հնարքի էությունն այն է, որ դասակարգման արդյունքում ներկայացվող դեպքերը այնպես են ձևավորվում, որ մարդն ընդունում է այդ քարոզչական իրավիճակի պարտադրված նկարագրումը: Այդ դասակարգումն իր էությամբ ընդգրկում է հատուկ փոխկապակցված բառեր յուրաքանչյուր տեղեկատվական հաղորդման համար: Դրանք բառեր և բառակապակցություններ են սեփական, «դրական» և կառուցողական դիրքորոշումը ներկայացնելու համար: Դրանք նաև տարբերակող բառեր են՝ թշնամուն բացասական ներկայացնելու համար:

[15] http://news.day.az/topnews

[16] http://anspress.com/

[17] http://www.trend.az/

[18] http://www.zerkalo.az/

[19] http://minval.az/

«Տեղեկատվության փոխանցում մեդիատորների կամ կարծիք առաջնորդների միջոցով»: Այս դեպքում կոմունիկատորը տեղեկատվությունը փոխանցում է հանրության կողմից ճանաչված հեղինակության բերանով (գիտնական, շոու բիզնեսի ներկայացուցիչ և այլն): Նրանց կողմից հաղորդած տեղեկատվությունը հանրության համար ավելի ընդունելի է, քան պաշտոնական տեղեկատվությունը: Օրինակ, day.az[20] կայքում տպագրված «Ղարաբաղյան երկնքի շուրջ հայկական իրարանցում՝ հատուկ կարծիք» հոդվածում «Baku Network» փորձագիտական խմբի ղեկավար, փ.գ.դ. Է.Ալեսկերովը եզրակացնում է, որ «Թուրքիայից եկող սպառնալիքներին հակազդելու համար ՀՕՊ միացյալ համակարգի ստեղծման պայմանագրի նպատակահարմարության պնդումն ակնհայտ սուտ է: Պաշտոնական Երևանին պայմանագիրն անհրաժեշտ է, որպեսզի վերջինս տեղեկատվություն ստանա Ադրբեջանի օդային տարածքի մասին: Բայց գլխավոր նպատակը՝ Ադրբեջանի օկուպացված տարածքներում ապօրենի գտնվող բազմաթիվ ՀՕՊ օբյեկտների պաշտպանության խնդիրն է: Համաձայնագիրը «Կովկասյան տարածաշրջանի կոլեկտիվ անվտանգության» գործառույթների շրջանակներում ԼՂ-ում գտնվող ՀՕՊ միջոցներին նոր ստատուսի հնարավորություն կտա: Այսպես, չի բացառվում, որ համատեղ միջոցառումներ անցկացնելու քողի ներքո Խոջալուի օդանավակայանում տեղակայվեն ՍՈՒ-25 կործանիչներ: Իհարկե, այս պայմանագիրը սպառնում է Ադրբեջանի շահերին և հիշեցնում է ղարաբաղյան պատերազմի վաղեմի պատմությունը, երբ խորհրդային բանակի առանձին ստորաբաժանումներ աջակցում էին երևանյան ազգայնականներին»»:

«Բացահայտ սուտ»: Սա «մտացածին ճշմարտանման փաստերի», «իրականում տեղի ունեցող ճշմարտանման», «իրականում տեղի ունեցող, բայց ոչ ճշմարտանման», շրջանառության մեջ դրվող «կեղծ իրադարձությունների» համակցումն է: Վերջինս ոչ թե տեղի է ունենում ինքնին, այլ որովհետև որևէ մեկը պլանավորել, սադրել կամ հրահրել է այն՝ հասարակության ուշադրությունը շեղելու նպատակով: Օրինակ, «armenia.az»[21] կայքում տպագրված «Հայերը լքում են ճակատամերձ տարածքները» հաղորդագրության մեջ ԱՀ ՊՆ հանրային կապերի և բարոյահոգեբանական պատրաստության վարչության պետ, գեներալ-մայոր Ռասիմ Ալիևը «Dinc Dünya» հասարակական միավորման և ԱՀ ՊՆ կողմից կազմակերպված միջոցառման ժամանակ հայտարարել է, որ «Հայկական տեղեկատվական կայքերը գրում են, որ խուճապի մատնված հայերը լքում են ճակատամերձ տարածքները: Դա մեր կատարած աշխատանքների արդյունքն է: Հայրենասերը միայն նա չէ, ով զենքը ձեռքին կանգնած է առաջնագծում: Հայրենասեր են բոլոր նրանք ովքեր խղճով են կատարում իրենց աշխատանքը»:Կամ, մեկ այլ օրինակում, երբ ԱՀ զինծառայող Սիրաջլ Մեհեմմեդ Մալիք օղլու մահվան կապակցությամբ ԱՀ ՊՆ մամլո ծառայությունը հայտնում է, որ վերջինս ինքնասպան է եղել, մինչդեռ «Ազատություն ռադիոկայանի» ադրբեջանական ծառայության կայքում նշվում է, որ « երբ հարազատները գնացել են դիահերձարան և զննել են դին՝ տեսել են, որ նրա մեջքին կա հրազենային 3 վիրավորման հետք, ինչպես նաև կապտուկներ կրծքավանդակի ձախ մասում ու պարանոցի շրջանում»: Զինծառայողի մեջքի մասում հրազենային վերքերը, տրամաբանորեն, բացառում են ինքնասպանության վարկածը:

«Երևակայական հստակության ապացույցների ծուղակ»: Տեխնիկան այն է, որ հայտարարության ապացուցման համար ներկայացվում են փաստեր, որոնք իրականությանը չեն համապատասխանում: Օրինակ, «haqqin.az»[22], «Oxu.az»[23] և այլ կայքերում «Ադրբեջանցի զինվորականները երկու հայ դիվերսանտ են ոչնչացրել» հաղորդագրությունում նշվում է, որ «նոյեմբերի 12-ին հայկական կողմը ձեռնարկել է դիվերսիոն հետախուզական ներթափանցման հերթական փորձ: Ձեռնարկված կանխարգելիչ գործողություններից հետո դիվերսյոն խմբի անդամները փախուստի են դիմել: Նախնական տվյալներով ոչնչացվել են ԴՀԽ-ի երկու անդամ, կան մեծ թվով վիրավորներ»: Իրականում, հայ զինծառայողները զոհվել են մարտական հենակետում հակառակորդի գնդակից, իսկ վիրավորներ՝ չկան:

---

[20] http://news.day.az/topnews
[21] http://www.armenia.az/
[22] http://haqqin.az/news
[23] http://ru.oxu.az/

Լսարանին ուղղված տեղեկատվությունը հնարավորինս լայն սփռելու և այդպիսով առավելագույն հասանելի դարձնելու նպատակով ադրբեջանական կողմը լայնորեն կիրառում է նաև ***«փոխհրամների»***[24] հնարքը: Այսպես, օրինակ, «azeridefence.com»[25], «aliyevsvictims.com»[26], «oxu.az», «minval.az»[27], «haqqin.az» և այլ կայքերում տպագրվել է «Ադրբեջանի ՀՕՊ-ը ի վիճակի է կաթվածահար անել Հայաստանի ցանկացած օդային հարձակում» հոդվածը, որտեղ նշվում է, որ ի պատասխան հայկական կողմի «մերկապարանոց» այն հայտարարություններին, իբրև թե նրանք կարող են հարվածներ հասցնել նավթագազային և տրանսպորտային ենթակառույցին, ադրբեջանական կողմն իր հերթին հայտարարում է, որ «ՀՕՊ միջոցները վերահսկում են Երևանի Զվարթնոց և մյուս հիմնական օդանավակայաններից թռչող օբյեկտները», բացի այդ «ունենալով խղճուկ զինանոց, Հայաստանը ի վիճակի չէ Ադրբեջանի տարածքում անցկացնել նույնիսկ զորաշարժերին նմանվող ինչ-որ բան»: Հոդվածը եզրափակվում է հետևյալ նախադասությամբ «Հայաստանի ղեկավարությունը պետք է լրջորեն մտածի այն մասին, թե ողջ Հայաստանի համար ինչ արժեք կարող է ունենալ նրա հնարավոր հարձակումները»: Նույն հնարքի և «բացահայտ ստի» զուգակցմամբ «oxu.az», «armenia.az»[28], «aze.az»[29], «deliykarabakh.com»[30], «report.az»[31] կայքերում նոյեմբերի 20-ին տպագրվել է «Հակառակորդը ցնցված է մեր հարվածներից» հոդվածը, որտեղ ԱՀ ՊՆ Զ.Հասանովը նշում է, որ «կարճ ժամանակամիջոցում մեր բանակի կողմից ջախջախիչ հարվածներ են հասցվել հակադակորդին՝ հիմնական ուղղություններով»:

Օգտագործելով ***սև PR***[32]***-ի*** զինանոցին բնորոշ դասական հնարքներն, ադրբեջանական irevanaz.com[33] կայքը «Իրական Հայաստան» բաժնում տպագրել է Սյուզան Սիմոնյանի «Հանրությունն ուզում է իմանալ» հոդվածը (որով կայքը փորձում է օգտատերերին ներկայանալ որպես օբյեկտիվ տեղեկատվություն հաղորդող), որտեղ ***«ցեխ շպրտելով»***[34] ՀՀ պաշտպանության նախարարի և իր տիկնոջ՝ Ռ.Խաչատրյանի հասցեին, նշում է, որ «ՀՀ նախագահի տիկին Ռ.Սարգսյանը խանդի տեսարաններ է «սարքում», տարբեր շրջանակներում դժգոհելով Ռ.Խաչատրյանի անհամեստ պահվածքից, նրա՝ ժամանակից շուտ ակտիվանալուց: Իհարկե, նախագահացուն պաշտոնապես ժխտում է իր նախագահական հավակնությունների մասին լուրերը, բայց նախարարի և նրա որպեն մեկ զգեստափոխվող, պես-պես շորերով տիկնոջ լուսանկարներն ավելի քան խոսուն են», այնուհետև շարունակելով թեման շեշտվում է, որ «… որոշ լրատվամիջոցներ խորացան նախարարի և նրա տիկնոջ հարաբերություններում, պատմեցին նրանց «թեթև» ծանոթության և արտամուսնական երկարատև կապի մասին, հիշեցին և տարածեցին վաղուցվա մոռացված պատմության մասին, թե ինչպես է մի կին, երբ նա դեռ հայտնի չէր, վարել է իր մտերիմ ընկերոջ մեքենան և ջախջախել այն, վերջինիս մահվան պատճառ դառնալով»: Հոդվածը եզրափոկվում է հետևյալ նախադասություններով «այնպես որ, հանրությունն ուզում է իմանալ, թե ով է իր նախագահը, նախարարը, նախագահի թեկնածուն, և քրքրել նրանց կեղտոտ սպիտակեղենը: Ուզում ես հանրային դե՞մք լինել, պետք է հաշտվես այս հիվանդագին հետաքրքրասիրության տհաճ փաստի հետ»:

Հարկ ենք համարում հիշեցնել, որ հոգեբանական-քարոզչական ներազդեցություն գործելու նպատակով հյուսիս-արևելյան սահմանամերձ գոտում լարվածության կտրուկ սրացման զուգընթաց ադրբեջանական կողմը հզոր բարձրախոսների միջոցով, հայերեն լեզվով, երկու անգամ փորձել է մեր զինվորներին և տեղի բնակչությանը կոչերով ստիպել իրենց կողմը անցնել, խոստանալով բարեկեցիկ կյանք, եվրոպական ցանկացած երկրում ապրելու հնարավորություն, կամ հայտարարել են, որ թույլ չեն

---

[24] Երբ միևնույն տեղեկությունը, միմյանց հղումներ կատարելով, տարածվում է բազմաթիվ աղբյուրների կողմից: Այս հնարքը ոչ միայն բազմապատկում է հաղորդակցային միջոցները և այդպիսով տարբեր լսարանների համար առավելագույն հասանելիություն է ապահովում, այլև նպաստում է բազմաքանակության էֆեկտի ստեղծմանը

[25] http://az.azeridefence.com/

[26] http://aliyevsvictims.name/

[27] http://minval.az/

[28] http://www.armenia.az/

[29] http://www.aze.az/

[30] http://www.dailykarabakh.com/about.php?lang=ru

[31] http://report.az/ru/armiya/

[32] *Սև PR-ը* շնչավոր կամ անշունչ օբյեկտի իմիջի վատացմանն ուղղված գործողություն է, որի ընթացքում տարածվում է սադրիչ տեղեկատվություն:

[33] http://www.irevanaz.com/

[34] Այս հնարքի էությունն այնպիսի տերմինաբանության ընտրությունն է, որոնք խոսակցության առարկային բարոյապես բացասական գնահատական են տալիս:

տա բերքահավաք կատարել, քանզի հայերն իրենց հողերն են բռնազավթել: Բացի այդ, նույն ժամանակահատվածում համացանցում կիրառվել են տեղեկատվական ներազդման նոր հնարքներ: Այսպես, մի շարք ռուսալեզու և անգլալեզու կայքերում արձանագրվել են կեղծ և ապակողմնորոշող տեղեկատվության հաղորդումներ, որոնք ֆեյսբուքյան օգտատերերի կողմից ընդունվել են որպես «չեզոք» կամ «յուրային» աղբյուրներ: Արդյունքում տարածվել են իրականությանը չհամապատասխանող լուրեր: Այդպիսի կայքերից են՝ ռուսալեզու «Armenian Report.com»[35]-ը (իրեն հայկականի տեղ դրած ադրբեջանական կայք է), ռուսաստանյան «vestikavkaza.ru»[36]-ն (ոչ պաշտոնապես ադրբեջանական լոբբինգով է զբաղվում: Սրա նյութերը քարոզչական բնույթի են), անգլալեզու «vestnikkavkaza.net»[37]-ը (նույն գործունեությամբ է զբաղվում), «politrus.com»[38]-ը (ժամանակ առ ժամանակ տեղադրում է ադրբեջանական քարոզչական նյութեր, որոնք հետագայում հատուկ հայաստանյան լսարանի համար գումարով գովազդվում են ֆեյսբուքում), «oximity.com»[39]-ը (որը թույլ է տալիս յուրաքանչյուրին տեղադրել նյութեր: Կայքը մեծ ազդեցություն ունի հայաստանյան ցանցում, սակայն դրա աղբյուրները ստուգված չեն): Ավելին, ՀՀ և ԱՀ միջև ռազմական հակամարտության մասին միջազգային հանրությանը տեղեկացնելու նպատակով, ԱՀ նախագահի հովանու ներքո, Ադրբեջանում հինգ լեզուներով «dailykarabakh.com»[40] էլեկտրոնային նոր կայք է ստեղծվել:

Որպես ի գիտություն, հարկ ենք համարում նշել այն փաստը, որ ԱՀ պաշտպանության նախարարությունը ՊՆ ուսումնավարժական կենտրոնում, ռազմական լրագրողների համար «Արտակարգ իրավիճակներում լրագրողների հոգեբանական և գործնական ուսուցում» թեմայով գոյատևման դասընթացներ է կազմակերպել: Դասընթացների նպատակն էր լրագրողների հոգեբանական պատրաստվածության ամրապնդումը, նորմատիվ իրավական գիտելիքների մակարդակի բարձրացումը, ինչը, ըստ մասնագետների կարծիքի, հնարավորություն կտա անհրաժեշտ փորձ ձեռք բերել ռազմական գործողությունների ժամանակ իրադարձությունների օպերատիվ լուսաբանման, իսկ անհաժեշտության դեպքում՝ պաշտպանվելու համար: Դասընթացներն ավարտվել են ռազմա-մարտավարական վարժանքներով, որի ընթացքում ՁԼՄ ներկայացուցիչները ծանոթացել են լեռնային, դաշտային և քաղաքային պայմաններում հարձակողական և պաշտպանական մարտերի վարման մարտավարությանը:

1.2. Մանիպուլյացիոն հնարքների կիրառումը արտաքին քաղաքականության ոլորտում

Արտաքին քաղականության ոլորտում ադրբեջանական իշխանությունների տեսանկյունն օպերատիվ կերպով տարածելու և ադրբեջանամետ դրիքորոշումներ ձևավորելու համար Ադրբեջանը ռազմավարական նշանակություն է տալիս մեդիա դաշտին: Համաշխարհային ավանդական մեդիա դաշտում նպաստավոր դիրքեր գրավելու նպատակով Ադրբեջանը շարունակում է իրականացնել քայլեր՝ սկսած ճանաչում ունեցող ՁԼՄ-ներում նյութեր պատվիրելուց ու նրանց հետ համագործակցություն հաստատելուց, մինչև դրանց բաժնետոմսերի փաթեթների ձեռքբերման գործընթացը: Համագործակցության վառ օրինակ է «Trend» ադրբեջանական լրատվական գործակալության և իտալական «Adnkronos International» լրատվական ծառայության միջև կնքված պայմանագիրը, որը հնարավորություն է տալիս փոխանակել ոչ միայն լրատվական և վերլուծական նյութեր, այլև էքսկլյուզիվ նյութեր պատվիրել: Հավելենք, որ «Adnkronos International»[41] լրատվական ծառայությունը այն 11 կազմակերպություններից է, որոնք միավորվել են «The GMC Group»[42] մուլտիլրատվական հրատարակչական խմբում և համագործակցում են «Los Angeles Times»-ի[43], «Washington Post News Service»-ի[44] և այլոց հետ: «Trend»-ի գործընկերների շարքում են նաև «Укринформ»[45] պետական գործակալությունը և հակահայկական ՌԴ-

---

[35] http://www.armenianreport.com/
[36] http://www.vestikavkaza.ru/
[37] http://vestnikkavkaza.net/
[38] http://www.politrus.com/
[39] https://www.oximity.com/
[40] http://www.dailykarabakh.com/about.php?lang=ru
[41] http://www.adnkronos.com/
[42] https://www.thegmcgroup.com/pc/homepage.asp
[43] http://www.latimes.com/
[44] https://syndication.washingtonpost.com/
[45] http://www.ukrinform.ru/

«КоммерсантЪ»[46] օրաթերթը: Հատկապես հատկանշական է «КоммерсантЪ»-ի N 206 համարում տպագրված «Լեռնային Ղարաբաղին միացվում է մաքոքային (челночный) դիվանագիտությունը» հոդվածը, որտեղ կիրառելով ***«մեկուսացում»*** մանիպուլյացիոն հնարքը[47], նշում է, որ «...հայերը Ադրբեջանին վերադարձնում են Ղարաբաղի շուրջ նրանց կողմից զավթված տարածքների մեծ մասի վերահսկողությունը, բայց դրանով հանդերձ, պահպանում են Հայաստանի հետ կապ ապահովող Լաչինի միջանցքը և հնարավոր է ևս մեկ շրջան: Իսկ Բաքուն պաշտոնապես չի ճանաչում Ղարաբաղի անջատումը, բայց պլանի համաձայն՝ պարտավորվում է հարցը չլուծել ռազմական ճանապարհով: Բաքվի համար առավելագույն փոխզիջումը՝ Ադրբեջանի կազմում Ղարաբաղի կարգավիճակի ճանաչումն է և մյուս օկուպացված մարզերի անվերապահ վերադարձը»: Այնուհետև օրաթերթը նշում է, որ եթե ուրիշ ելք չմնա, ապա Ադրբեջանը պատրաստ է պատերազմի միջոցով վերադարձնել գրավյալ տարածքները:

Հոգեբանական ներազդեցության հաջորդ հնարքը, որը կիրառվել է արտաքին քաղաքականություն ոլորտում ***«կարծրատիպերի օգտագործումն»*** է: Կարծրատիպը որևէ երևույթի պարզեցված, ուրվագծված ընկալումն է: Կարծրատիպերի առաջացման համար լայնորեն կիրառվում է մանիպուլյացիայի բազմաթիվ հնարքների զուգակցում: Արդյունքում տեղեկատվությունն ամրագրվելով գիտակցության մեջ փորձնական ստուգման այլևս չի ենթարկվում և մարսվում է «հում»: Այսպես, կիրառելով կրկնության, թշնամու կերպարի ստեղծման և այլ հնարքների զուգակցման մեթոդները Թբիլիսիում Գ.Մարգվելաշվիլու հետ նոյեմբերի 5-ի պաշտոնական հանդիպման ժամանակ Ի.Ալիևը հերթական անգամ հայտարարել է, որ «Ադրբեջանն արդեն 20 տարուց ավելի է, ռազմական ագրեսիայի է ենթարկվում Հայաստանի կողմից, որի հետևանքով օկուպացվել են մեր տարածքների 20 տոկոսը՝ մեր պատմական հողը հանդիսացող Լեռնային Ղարաբաղը և նրա հարակից 7 շրջանները, այդ տարածքներում անցկացվել է էթնիկական զտման քաղաքականություն, ավելի քան մեկ միլիոն ադրբեջանցիներ հայտնվել են փախստականների և հարկադիր վերաբնակների վիճակում: Միջազգային կազմակերպությունները հակամարտության հետ կապված հայտնել են իրենց վերաբերմունքը: Առկա են Ադրբեջանի օկուպացված տարածքներից հայկական զինված ուժերի անվերապահ և շուտափույթ դուրս բերման հետ կապված ՄԱԿ-ի ԱԽ-ի 4 բանաձևերը, ԵԱՀԿ-ի, ԵԽԽՎ-ի, Իսլամական համերաշխության կազմակերպության, Չմիացման շարժման և այլ միջազգային կազմակերպությունների համապատասխան որոշումներն ու բանաձևերը: Սակայն ագրեսիվ Հայաստանը անտեսում է միջազգային իրավունքի նորմերը, չի կատարում միջազգային կազմակերպությունների որոշումները»:

Հաջորդը, ***«ծանրակշիռ խոսքի»*** հնարքն է: Ծանրակշիռ խոսքի իմաստը բառերն են, որոնք իրենց զգացմունքայնության շնորհիվ կարող են ձևափոխել կարծիքը: Այն օգտագործելիս ակնկալվում է դրական կամ բացասական արձագանք (մեր օրինակում՝ բացասական) կամ ուղղորդում է որոշակի եզրահանգման: Ծանրակշիռ խոսքի բառերն ու բառակապակցություններն առավել ազդեցիկ են լինում, եթե դրանք արտաբերվում են հեղինակություն վայելող կամ հանրահայտ գործիչների կողմից: Այսպես. «irevanaz.com»[48] կայքում տպագրված «Ռուսաստանը չի ներել Խորհրդային Միության փլուզմանը մասնակցած հայ ազգայնամոլներին» հոդվածը, որտեղ մեջբերվում է ՌԴ Քաղաքական հետազոտությունների ինստիտուտի տնօրեն Ս.Մարկովի խոսքերը, առ այն, որ «Ռուսաստանը չի ներել Խորհրդային Միության փլուզմանը մասնակցած հայ ազգայնամոլներին: Մենք լավ ենք հիշում՝ Ռուսաստանը չի մոռացել դա»: Ըստ էության հարցազրույցի տեսաժապավենը դիտելիս կարծիք է ստեղծվում, որ Ս.Մարկովը, գտնվելով Բաքվում, արտաբերել է այս խոսքերը փորձելով երկակի քաղաքականություն վարել և սիրաշահել «ադրբեջանական» հյուրընկալությունը, ինչու չէ, չի բացառվում նաև կաշառակերության փաստը:

Հոգեբանական ազդեցությանը բնորոշ է եղել նաև ***«քաղաքական առասպել (միֆ)»*** տեխնոլոգիայի կիրառումը: Քաղաքական միֆերը ստեղծվում են քաղաքական կյանքի թատերականացման, խորհրդանշական բնույթ հաղորդելու, իրականությունը չափազանցված ներկայացնելու և այլ միջոցներով, որոնք հասարակությանը կարող են ավելի արժանահավատ և իրական թվալ, քան իրականում կան: Սա նշանակում է, որ միֆի միջոցով անգամ սուտը կարելի է արժանահավատ դարձնել: Որպես միֆերի

---

[46] http://www.kommersant.ru/
[47] Այս տեխնոլոգիան «մեկուսացնում» է ընթերցողին այլընտրաքային կարծիքից:
[48] http://www.irevanaz.com/

ստեղծման հատուկ հնարք հաճախ օգտագործվում են սոցիալական գիտակցության մեջ ամրապնդված նախատիպերը, երբ արդեն գոյություն ունեցող և ընդունված միֆային կերպարը հարմարեցվում է ժամանակակից քաղաքական իրականության հետ: Միֆ ստեղծելու տարբերակ է նաև որոշակի իրականության հիման վրա նոր պատմություն ստեղծելը, որի փաստերի մեծամասնությունը կապ չունի իրականության հետ: Հնարքի վառ օրինակ է հանդիսանում «disput.az»[49] կայքում տպագրված «Որքա՞ն հայեր են ապրում Ադրբեջանում: Պաշտոնական» հոդվածը, որտեղ Վիճակագրության պետկոմի տեղեկատվության տարածման բաժնի վարիչ Ռ.Սուլեյմանովի ներկայացմամբ «2009 թվականի մարդահամարի տվյալներով, բացառությամբ ԼՂ-ի, Ադրբեջանի տարածքում ապրում են 220 հազար հայեր, որոնց մեծամասնությունը (140 հազար) բնակվում են Բաքվում»:

Արտաքին քաղաքականության ոլորտում ադրբեջանական տեղեկատվական-քարոզչական նախաձեռնությունները հստակ տարանջատում են նաև թիրախային լսարանները և դրանց ուղղված հաղորդագրությունների դիսկուրսը: Այսպիսով, իրագործվում է առանձին լսարաններին համապատասխան տարանջատված մոտեցում հետևյալ ուղղություններով. ա) իսլամական հանրություններում Հայաստանը ներկայացվում է իբրև ահաբեկչական քրիստոնեական պետություն, բ) արևմտյան երկրներում՝ իբրև հակաժողովրդական տարր և տարածաշրջանային զարգացման արգելակ, գ) միջազգային կառույցներում Ադրբեջանը սեփական պահանջները բխեցնում է իբր միջազգայն իրավական նորմերին դրանց լիարժեք համապատասխանությունից:

Նշված ուղղություններում հոգեբանական ներազդեցությունն ապահովելու համար ադրբեջանական կողմը դիմել է հետևյալ մանիպուլյացիոն հնարքների.

«Թշնամու կերպարի ձևավորում»: Թշնամու կերպարի ամրապնդումը ամրագրվում է բացասական բնութագրիչներով, որոնք վերաբերվում են ինչպես հայ ժողովրդի բարոյահոգեբանական նկարագրին, արժեհամակարգի խեղաթյուրմանը, այնպես էլ գործողություններին: Մեր կողմից ուսումնասիրված կայքերի և թվիտերյան էջերի տեքստերում հանդիպում են «շովինիստ», «անջատողական», «հանցագործ», «մարդասպան», «ագրեսոր» «օկուպանտ», «ցեղասպանություն իրագործողներ», «ահաբեկիչներ», «հարևան երկրի հողերին հավակնություն ունեցող» և այլ բնութաքգրիչները: Այս հարցում ադրբեջանական քարոզչությունը չի մնում միայն սեփական երկրի սահմաններում և հայերի հանդեպ ատելության քարոզը տարածում է աշխարհի տարբեր երկրներում: Ասվածի վառ ապացույց է ներկայանում ՄԱԿ-ի Գլխավոր ասամբլեայի 70-րդ նստաշրջանում «Իսլամական համագործակցություն» կազմակերպության անդամ երկրների ԱԳ նախարարների նիստի ընթացքում ԱՀ ԱԳ նախարար Է.Մամեդյարովի ելույթը: Մասնավորապես նա շեշտել է, որ «Ղարաբաղը միշտ էլ եղել է Ադրբեջանի անքակտելի մասը», հավելել է, թե «այդ խնդիրը կլուծվի, եթե Հայաստանը զորքերը դուրս բերի գրավյալ տարածքներից», այնուհետև Հայաստանին մեղադրել է սահմաններում ստեղծված լարվածության համար և կարևորել ղարաբաղյան հիմնահարցում Բաքվի դիրքորոշումների հովանավորման նշանակությունը իսլամական երկրների կողմից:

«Խեղաթյուրող մեկնաբանություններ»: Այս հնարքը օգտագործել է «Repot.az»[50] կայքը «Դոգու Պերինչեկը ընդդեմ Շվեյցարիայի» ՄԻԵԴ-ի կողմից կայացված հայտնի որոշման առնչությամբ: Ադրբեջանական կողմը խեղաթյուրելով իրողությունը շտապել է մեկնաբանել, որ «Բարձրագույն դատարանը արդարացի որոշում է կայացրել, ըստ որի հայերի ցեղասպանությունը չի հանդիսանում պատմական փաստ, այլ հանդիսանում է կարծիք»: Միաժամանակ, բաց չթողնելով հարմար պահը և կիրառելով ***«հանցանքի պրոյեկտում»*** հնարքը, հոդվածի հեղինակ Դ.Ագաղադաշովը հայերի հասցեին մեղադրանք է ներկայացրել ադրբեջանցիների «ցեղասպանություն և տեղահանություն» իրականացնելու մեջ: Նույն հնարքը կրառել է ԱՀ նախագահի հասարակական-քաղաքական հարցերով օգնական Ա.Հասանովը ռուսաստանյան «Science and world (N 9 (25))»[51] հեղինակավոր ամսագրում տպագրված հայերի կողմից ադրբեջանցիների հանդեպ անցկացվող էթնիկական մաքրման և ցեղասպանության քաղաքականության փուլերին նվիրված հոդվածում:

---

[49] http://www.disput.az/
[50] http://report.az/ru/
[51] http://scienceph.ru/d/413259/d/scienceandworldno9(25)septembervol.ii.pdf

«Անվիճելի պնդում»: Հնարքի իմաստն այն է, որ լսարանին պարտադրվի առանց քննարկման ընդունելու տվյալ գաղափարն այնպես, ինչպես կա, առանց կշռադատելու «թեր» և «դեմ» կողմերը: Օրինակ, հոկտեմբերի 24-ին «eurasiareview.com»[52] կայքում տպագրվել է ամերիկացի հետազոտող Պ.Թասենի «Նախիջևանի ճակատագիրը. Մոսկվայի և Կարսի պայմանագրերի հեթական խախտում» հոդվածը, որտեղ հեղինակը նշում է, որ «Կարսի պայմանագրի կնքման ժամանակ Նախիջևանի տարածքները կազմել են 6988 քառ.կմ, այնուհետև Նախիջևանի հողերի մի մասն ապօրինի Հայաստանին հանձնելու արդյունքում, նրա տարածքները կրճատվել են միչև 5500 քառ.կմ-ի»: Հոդվածի վերջում, առանց լուրջ և հիմավոր ուսումնասիրությունների, հեղինակը եզրակացրել է, որ «այսպիսով միակողմանի կարգով խախտվել է միջազգային պայմանագիրը, Հայաստանը անեքսիայի է ենթարկել ՆԻՀ տարածքները, ինչը հակասում է Վիեննայի 1969թ. համայձայնագրի կողմից սահմանված նորմերին, ինչպես նաև 1975թ. Հելսինկիի եզրափակիչ ակտին»:

«Վերնագրի և բովանդակության անհամապատասխանություն»: Այսպիսի հնարքի կիրառումը պարզապես լրացուցիչ տեղեկատվություն ապահովելու նպատակ չէ, որ հետապնդում է, այլ զուտ վերնագրեր կարդացող լսարանի վրա տպավորիչ ազդեցություն ունենալու միտում ունի: Օրինակ՝ «Armenian.az»[53] կայքը հրապարակել է «Հայկական լոբբին համագործակցում է Ադրբեջանի ռադիկալ ընդդիմության հետ» վերտառությամբ հաղորդագրությունը, որտեղ վերնագրից տպավորություն է ստեղծվում հայկական լոբիի հզորության և դավաճան ընդդիմության մասին, այնինչ բուն տեքստից պարզ է դառնում, որ կայքը պարզապես ներկայացրել է Եվրախորհրդարանի և Ադրբեջանի միջև առաջացած լարված հարաբերությունները:

«Բամբասանք, ասեկոսներ և պիտակավորում»[54]: Ընթացիկ ժամանակահատվածում նկատվել է այս երեք հնարքների զուգակցված կիրառում: Այսպես, dailykarabakh.com[55] կայքը տպագրել է «Սարգսյանը գտնվում է ուժեղ թմրանյութերի ազդեցության տակ» վարկաբեկող, ապակողմնորոշող և անձի նկատմամբ սոցիալապես չնդունված անբարենպաստ բնորոշումներով հոդվածը, որտեղ նշվում է, որ «ոչ լեգիտիմ նախագահ Ս.Սարգսյանը, ինչպես նաև վարչապետն ու տնտեսության նախարարը հաճախ են հայտնվում լրագրողների առջև և ֆանտաստիկ թվեր են բերում իրբրև Հայաստանի տնտեսության աճի մասին: Երբ լսում ես այդ թվերը, հասկանում ես, որ նրանք գտնվում են շատ ուժեղ թմրանյութերի ազդեցության տակ»: Նույն սկզբունքով «haqqin.az»[56] կայքում տպագրվել է «Նրանք թալանել են Ադդամը...և դարձել են Հայաստանի ամենահարուստ անձինք» վերտառությամբ նյութը, որտեղ վարկաբեկիչ արտահայտություններով Քոչարյանին մեղադրել են Ադդամ քաղաքում կազմակերպված թալանի մեջ, պիտակավորելով որպես կողոպտիչ: Կամ «Trend.az»[57] կայքում «Սարգսյանը սիրում է խաբել, իսկ հայերը՝ խաբվել» հոդվածում քաղաքագետ Մ.Ախմեդովլուն ՀՀ նախագահին մեղադրել է խաբեբայության մեջ, քանզի «նա և իր շրջապատը չեն կարող ներկայացնել մի փաստաթուղթ որով Լեռնային Ղարաբաղը դուրս է եկել Ադրբեջանի կազմից»:

«Ժանրի բազմազանություն»: Ադրբեջանական մեդիան թիրախային լսարանի ուշադրությունը գրավելու, տեղեկատվությունը հնարավորինս լայն սփռելու և առավել չափով հասանելի դարձնելու նպատակով կիրառել է թե՛ տեքստային (հարցազրույցներ, բաց նամակներ և այլն), թե՛ տեսողական միջոցներ (երաժշտական կամ գովազդային հոլովակներ, փաստագրական ֆիլմեր և այլն): Այդպիսի միջոցառումներն աշխարհի տարբեր երկրներում (Ռուսաստան, Վրաստան, Ուկրաինա, Գերմանիա, Իսրայել և այլն) անցկացվել են ադրբեջանական հասարակական կազմակերպությունների ակտիվ նախաձեռնությամբ, որոնք մի կողմից նպաստել են միջազգային հանրության կարծիքում Ադրբեջանի

---

[52] http://www.eurasiareview.com/

[53] http://www.armenia.az/

[54] *Բամբասանքը և ասեկոսները* նախատեսված են հանրության մեջ կարծիք ձևավորող տեղեկատվության տարածման համար, որը չի համապատասխանում իրականությանը: Որպես կանոն, բամբասանքի համակարգով տարածվում են վարկաբեկող, ապակողմնորոշող տեղեկատվություն: *Պիտակավորումն՝* անձանց կամ ցանկացած երևույթին, առանց ապացույցների և հիմնավորումների, վիրավորող կամ վարկաբեկող պիտակ փակցնելն է:

[55] http://www.dailykarabakh.com/about.php?lang=ru

[56] http://haqqin.az/news

[57] http://www.trend.az/

համար ցանկալի տեսակետների, մյուս կողմից՝ հայատացության միջազգային քարոզչություն տարածմանը:

Արտաքին քաղաքականության ոլորտում կիրառվել են նաև ***«կանխամտածված մոլորություն»***[58], ***«փայլուն անորոշություններ»***[59], ***«հեգնական չակերտների օգտագործում»***[60], ***«գերընդհանրացված մեղադրանքներ»***[61] և այլ մանիպուլյացիոն հնարքները:

1.3. Մանիպուլյացիոն հնարքների կիրառումը ներքաղաքական ոլորտում

Ներքաղաքական ոլորտում որպես հոգեբանական ազդեցության առավել արդյունավետ տեխնիկա կիրառվել է նեշմչումը կամ սուգեստիան: Ժամանակակից ընկալումների համձայն՝ դա առանձին ուղղված ազդեցություն է, որը հանգեցնում է՝ ա) անձի որոշակի վիճակի, զգացմունքի, վերաբերմունքի ձևավորմանը՝ անկախ նրա կամքից և գիտակցությունից, բ) անձի կողմից որոշակի գործողության իրականացմանը, որն անմիջականորեն չի համապատասխանում մինչ այդ նրա կողմից ընդունված նորմերին, գործունեության սկզբունքներին, դիրքորոշումներին: Ադրբեջանական լրատվամիջոցներում առավել հաճախ կարելի է հանդիպել իմպիրատիվ համակարգված սուգեստիա և սուգեստիվ հրահանգ տեսակների կիրառումը: Առաջինն անձի վրա սթրեսային ազդեցության տեսակ է, որն ավտորիտար, դիրեկտիվ բնույթ ունի: Իրագործվում է կտրուկ, հակիրճ, հաճախ մի քանի անգամ կրկնվող արտահայտությունների միջոցով: Երկրորդը՝ ազդում է զգացմունքների, դիրքրոշումների և վարքի դրդապատճառների վրա: Իրականացվում է հանգիստ մեղմ տոնով: Միապաղաղ է, նույնպես հաճախ կրկնվող:

Այս առումով գիտակցության վրա ազդելու համար կիրառվել են հետևյալ հնարքները.

«փոխադարձ փոխանակման» հնարք: Նպատակն անհատի մեջ երախտագիտության զգացում ձևավորելն է և դրդում է փոխադարձ ծառայություն մատուցելուն: Օրինակ, ադրբեջանական լրատվամիջոցները լսարանին ներշնչում են երախտագիտության, շնորհակալ լինելու զգացում կառավարության հանդեպ որոշակի զիջումների գնալու համար: Արդյունքում՝ լսարանում ձևավորվում է պարտավորվածություն՝ չդժգոհել որոշակի քայլերից կամ սատարել այդ գործիչներին քաղաքական պայքարում: Հաճախ փոխանակումն անհամաչափ և անարդար է լինում:

Հաջորդը՝ ***«հետադարձ կապ»*** հնարքն է: Այս գործոնին վերաբերվող միջոցառումների առանձնահատկություններից են բարձրաստիճան անձանց մտերմիկ զրույցները, այցերը շրջաններ, ուղիղ կապի միջոցով հասարակության և ՁԼՄ-ների հետ հաղորդակցվելը: Այս առումով ադրբեջանական մամուլը լուսաբանել է նախագահի այցերը շրջաններ, որտեղ հիմնական հարցերը և պատասխանները կենտրոնացած էին ոչ միայն սոցիալ-տնտեսական զարգացումներին, այլև ադրբեջանական ռազմական հաջողություններին և ռազմական ուղիով տարածքների «ազատագրմանը»: Օրինակ, Ի.Ալիևը Ուջարի և Գեյչայի շրջաններ այցելության ժամանակ անդրադարձել է սամանամերձ գոտում լարվածությանը և նշել է, որ հակական կողմը չի ցանկանում խաղաղ ճանապահով լուծել ղարաբաղյան հարցը, ուստի ստիպված են ուժի միջոցով «ազատագրել գրավյալ» տարածքները:

Մեկ այլ հնարքի՝ ***«պահանջվող սուտ»*** միջոցով ադրբեջանական լսարանին պարբերաբար սնել են իշխանությունների մասին դրական լուրերով, իսկ եթե նման տեղեկությունը բացակայում է, ապա տեղադրվել է նոր և նախորդին իր ծավալներով գերազանցող սուտ, սենսացիա, քանի որ այդ պահանջարկն այդ լսարանի մոտ արդեն ստեղծվել է: Որքան շատ է տեղեկատվությունը համապատասխանում օբյեկտի կարիքներին, այնքան մեծ է դրա արդյունավետությունը:

---

[58] *«Կանխամտածված մոլորությունը»* շեղումն է ուշադրությունն իրական խնդրից, որտեղ նշանակություն է ստանում ներկայացված թեման:

[59] *«Փայլուն անորոշությունները»* զգացմունքայնորեն արտահայտված բառերն են, որոնք ընկալվում են որպես բարձրարժեք հասկացություններ, համոզմունքներ, որոնք լրացուցիչ տեղեկությունների կամ պատճառաբանությունների կարիք չունեն: Օգտագործվող բառերը կամ բառակապակցությունները հիմնականում ընկալվում են որպես հզորության ցուցանիշներ՝ ազատություն, հայրենասիրություն:

[60] *«Հեգնական չակերտների օգտագործումը»* առավելապես կիրառվել է հայկական կողմի «թերությունները» շեշտադրելու և սեփական անհատական ոճը ձևավորելու նպատակով

[61] *«Գերընդհանրացված մեղադրանքների»* դեպքում արտահայտության ուժեղացման համար ներկայացվում են մեղադրանքներ անմեղների հասցեին:

Կամ ***«տեղեկատվական ծանրաբեռնում»*** հնարքով ադրբեջանական լրատվամիջոցները հաղորդել են հսկայական քանակի տեղեկատվություն, որի մեծ մասը բարդ թվեր, ոչ կարևոր մանրամասներ և այլ դատարկաբանություններ են: Հետևանքը լինում է այն, որ օբյեկը խճճվում է տեղեկատվական տարափի մեջ և չի կարողանում հասկանալ խնդրի էությունը:

«Իդեալական կամ փայլուն ընդհանրացում»: Այս մեթոդի բնույթն այն է, որ գաղափարին, երևույթին, մարդուն ավելի դրական վերաբերմունք առաջացնող ընդհանուր անուն տալու միջոցով փոխվում է սոցիալական երևույթի նշանակությունը: Այս մեթոդն ուղղված է դրական զգացմունքներ, ասոցիացիաներ առաջացնող բառերի, նախադասությունների ներմուծման միջոցով հասարակության մեջ դրական վերաբերմունք առաջացնելուն: Օրինակ, Զաքաթալա քաղաքում Հ.Ալիևի Կենտրոնի բացման ժամանակ Ի. Ալիևն իր ելույթում օգտագործել է դրական վերաբերմունք առաջացնող «մեր սոցիալ-տնտեսական ցուցանիշները գտնվում են բարձր մակարդակի վրա», «Ադրբեջանը գրավում է աշխարհում 40-րդ տեղը, առաջ անցնելով շատ զարգացած երկրներից», «աղքատության մակարդակը 50 տոկոսից իջել է մինչև 5 տոկոսի», «բացվել է 70 հազար նոր աշխատատեղեր» նախադասությունները:

«Փաստերի շարադրանք» գործոնի էությունն այն է, որ «եթե տվյալ փաստի մասին խոսում են, ուրեմն ինչ-որ բան կա»: Արդյունքում այլ կերպ մտածող մարդկանց մեջ փոքրամասնություն լինելու արհեստական տպավորություն է ստեղծվում: Նման քարոզչական ներազդեցությունը հիմանկանում կատարվում է սոցիոլոգիական հետազոտությունների կամ հեղինակավոր անձանց օժանդակությամբ, ինչը նվազեցնում է ընկալման քննադատությունը: Օրինակ, Trend գործակալությունը տարածել է ֆրանսիական Opinionway ընկերության կողմից կատարված սոցհարցման արդյունքները, ըստ որի՝ քաղաքացիների 78,8 %-ը բավարարված է ներկա նախագահի վարած ներքին քաղաքականությունից, իսկ 71,1 %-ը՝ գալիք խորհրդարանական ընտրությունների ժամանակ ձայները տալու է իշխող կուսակցությանը: Հետաքրքիրն այն է, որ հաղորդագրությունում առկա թվերը ներկայացված են առանց որևէ հղման և մեթոդական բացատրության: Նույն տեղեկատվությունը տարածվել է ոչ միայն տեղական գործակալություններում, այլև սփյուռքի և արտասահմանյան լրատվամիջոցներում: Հատկանշականն այն է, որ այս տեղեկատվության տարածումը հետապնդել է մեկ նպատակ՝ առաջիկա խորհրդարանական ընտրությունների շեմին մեծարել և փառաբանել ներկա նախագահին և իշխող կուսակցության անդամներին:

«Հակափաստարկ»: Ընտրությունների ընթացքում «անցանկալի» թեկնածուների բարձրացրած թեման «կոտրելու» հնարքներից է: Նյութի սկզբում հայտարարելով «հակառակորդ» թեկնածուների մեղադրանքները, թեմայի մեջ խորանալով և հակափաստարկներ ներկայացնելով հեղինակները սկսում են կասկածել ընտրությունների արդարացիության վրա, իսկ հոդվածի վերջում հանգում են ընտրությունների դատապարտմանը: Այսպես, «tolishpress.org»[62] կայքում տպագրվել է ««Ադրբեջանի Հանրապետության խորհրդարանական ընտրություններ» անվանումով շոու» հոդվածը, որտեղ նշվում է, որ թալիշական հատվածում անցկացված ընտրություններում ոչինչ չի փոխվել՝ ինչպես եղել է, այնպես էլ նույնությամբ մնացել է: Նախկին 12 դեպուտատները, ովքեր մեկ տասնյակ տարուց ավելի գտնվել են Միլի Մեջլիսում այդպես էլ մնացել են իրենց տեղերում: Այս փաստը ևս մեկ անգամ ապացուցում է, որ իշխանություններն անցկացրել են անարդարացի ընտրություններ, ինչը պայմանավորված է թալիշներին չվստահելու և նրանց նկատմամբ թերհավատ վերաբերմունքով:

«Սպին-դոկտորի մեթոդի կիրառում»: Այս մեթոդը կիրառող մասնագետները զբաղված են ինչպես ԶԼՄ-ներում, այնպես էլ ներքաղաքական կյանքում անբարենպաստ իրավիճակների կարգավորմամբ, հատկապես՝ ճգնաժամերի ժամանակ: Սպին-դոկտորի աշխատանքը ներառում է օգտագործման հինգ տեսակներ և տասը կետից բաղկացած պարտականություններ: Մեծ հաշվով այս հնարքը հնարավորություն է տալիս հանրային ցանկալի կարծիք ստանալու համար շեղել հանրության ուշադրությունը հասունացող քաղաքական (ներքաղաքական) ճգնաժամներից, կոնֆլիկտային իրավիճակներից, ոչ թե անցկալի տեղեկատվական հոսքերի ուղղակի փակումով (երբեմն դա անհնար է իրականացնել), այլ նրանց ազդեցության չեզոքացման կամ փոքրացման միջոցով: Օրինակ, ԱՀ խորհրդարանական ընտրություններից հետո՝ ընտրության արդյունքներում բացահայտված կեղծիքների և

[62] http://tolishpress.org/

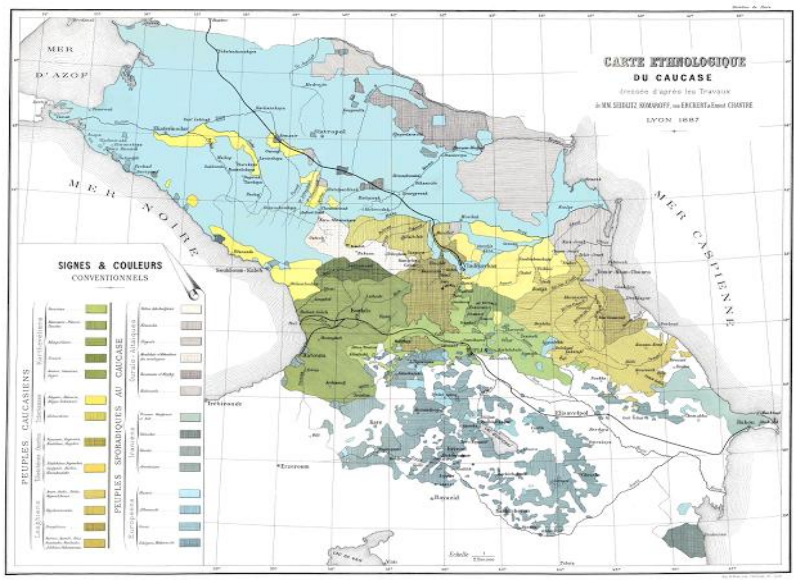
անարդար ընտրություններ անցկացնելու ֆոնին ներքաղաքական հասունացող ճգնաժամից հանրության ուշադրություն շեղելու նպատակով ադրբեջանական պաշտոնական այրերը, ընտրություններից ամենուրեք հետո ուժի կիրառմամբ ցրել են Սաբունչիի շրջանում կազմակերպված կրոնական ծիսակատարությունը, ծեծի են ենթարկել «Մահմեդական միության շարժում» ՀԿ ղեկավար՝ թեոլոգ Թ.Բագիրզադեին (ազգությամբ՝ թաթ) և ձերբակալել նրա տեղակալ Է.Հասիմովին: Արդյունքում, ՁԼՄ-ներում առավել շատ սկսեցին քննարկել խոսքի ազատության ոտնահարման, մարդու իրավունքների խախտման, կրոնական անհանդուրժողականության խնդիրները, այլ ոչ թե ընտրությունների արդյունքների բողոքարկումները:

Իշխանությունների ռազմատենչ հռետորաբանությունը, ՁԼՄ-ների կառավարումը և իշխանական տեղեկատվական հոսքերին հակասող դիրքորոշումների լռեցումը ծառայում են հակահայկական քարոզչությանն ու ադրբեջանական հասարակության ներսում հայի կերպարի նկատմամբ անհանդուրժողականության սերմանմանը: Նման ռազմավարության արդյունքում հակահայկականությունը Ադրբեջանի հասարակության համար դարձել է առօրեական երևույթ և գիտակցության բաղադրամաս:

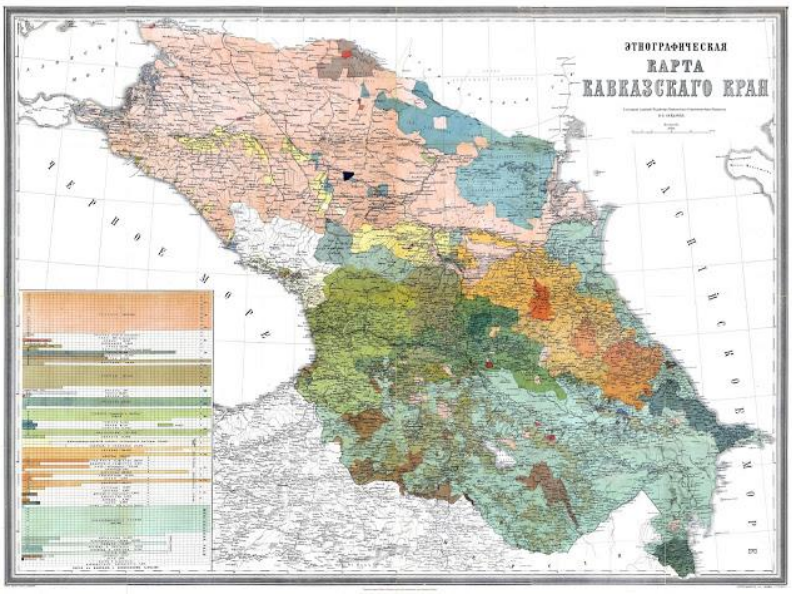
Հակահայկական տրամադրությունների արմատավորման գործընթացը շարունակվում է ***պատմամշակութային բաղադրիչի*** դրսևորմամբ: Պատմամշակութային դաշտն Ադրբեջանում հակահայկական տեղեկատվական քաղաքականության առավել ավանդական բաղադրիչներից է: Պատմական փաստերի խեղաթյուրման աշխատանքը հիմնականում վարում է Ադրբեջանի Գիտությունների ազգային ակադեմիան: Այս առումով ուշագրավ է ԱՀ ԳԱԱ-ի 70-ամյակին նվիրված արարողության ժամանակ Ի.Ալիևի հայտարարությունը, որտեղ նա նշել է, որ «Ադրբեջանը շատ հարուստ պատմություն ունի: Մենք պետք է մեր պատմությունն ավելի ամբողջականորեն ներկայացնենք համաշխարհային հանրությանը: Հայերը փորձում են աղավաղել Ադրբեջանի պատմությունը, և օգտվելով սփյուռքի հնարավորություններից՝ որոշ դեպքերում դա նրանց հաջողվում է»: Այնուհետև ընդգծել է, որ «Լեռնային Ղարաբաղը բուն Ադրբեջանական տարածք է: «Ղարաբաղ», «Խանքենդի», սրանք ադրբեջանական բառեր են: Ես բազմիցս ասել եմ, որ եթե Խանքենդի քաղաքը որևէ այլ պատմական անուն ունենար, ապա հայերը վաղուց դա կվերականգնեին»:

Հակահայկականությունն ապագա սերնդի մեջ ձևավորելու և ցանկալի գաղափարախոսության սերմանման նպատակով կիրառվում է ***«պատմության վերագրառում»*** հնարքը: Օգտագործելով ՁԼՄ-ների ամբողջ ռեսուրսը՝ կառուցվում է վիրտուալ աշխարհ, որն ընկալվում է որպես իրական: Պատմության վերափոխմամբ հնարավորություն է ընձեռվում ներազդել լայն զանգվածների հիշողության վրա: Այս առումով ադրբեջանական քարոզչությունը շարունակում է պատմական կեղծիքների և անհեթեթ հայտարարությունների գործընթացը, այն է՝ Ադրբեջանի ամբողջ տարածքում իրականացվող պատմամշակութային և ազգագրական հետազոտություններն ու հայտնագործությունները վերագրել ադրբեջանական «հնագույն պատմությանը»: Վերը նշվածի վառ ապացույց են ներկայանում «rizvanhuseynov.com»[63] կայքում տպագրված «Կովկասի և Ադրբեջանի ազգագրական քարտեզները: Հայերի բնակեցման գործընթացը» նյութը, որտեղ առանց գիտական մեկնաբանությունների, իբրև «ապացույց» ներկայացվում են միայն 1880, 1887 և 1926 թվականների ազգագրական քարտեզները (նկ.4,5,6), կամ Trend.az-ում տպագրված Աթաթուրքին նվիրված պատմաբանների միջազգային VIII կոնֆերանսին Ի.Ալիևի ուղերձը, որտեղ նա նշում է, որ «պատմական իրողությունների» խեղաթյուրումը հանգեցնելու է դառը հետևանքների: Վտանգավորությունը կայանում է նրանում, որ այս ամենը կատարվում է պետության օժանդակությամբ և ադրբեջանցի «գիտնականների» մասնակցությամբ:

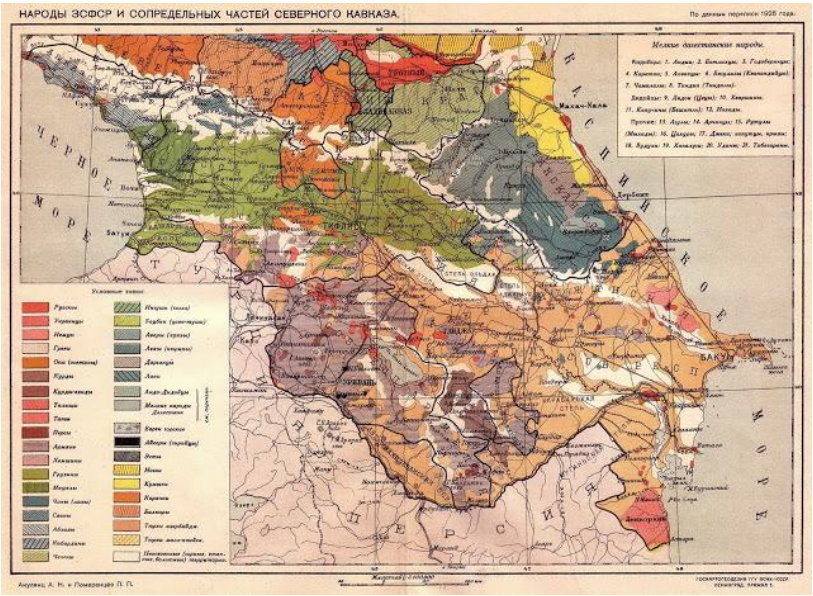
[63] http://www.rizvanhuseynov.com/


CARTE ETHNOLOGIQUE
DU CAUCASE
LYON 1887
MER D'AZOF
MER NOIRE
MER CASPIENNE
SIGNES & COULEURS
CONVENTIONNELS
PEUPLES CAUCASIENS
PEUPLES SPORADIQUES AU CAUCASE

Նկ.4


ЭТНОГРАФИЧЕСКАЯ
КАРТА
КАВКАЗСКАГО КРАЯ
ЧЕРНОЕ МОРЕ
КАСПІЙСКОЕ МОРЕ

Նկ.5


НАРОДЫ ЗСФСР И СОПРЕДЕЛЬНЫХ ЧАСТЕЙ СЕВЕРНОГО КАВКАЗА.
ЧЕРНОЕ МОРЕ
КАСПІЙСКОЕ МОРЕ
ТБИЛИСИ
БАКУ

Նկ.6

Հարկ ենք համարում անդրադառնալ նաև Ադրբեջանում առկա գրաքննությանը, որն իրականացվում է ***«զոհեցում կամ տեղեկատվական շրջափակում»*** հնարքի միջոցով: Այս հնարքով «անցանկալի լրատվամիջոցները» պարզապես զրկվում են իրենց տեսակետները հայտնելու հնարավորությունից: Նշված հնարքը կիրառելի դարձավ ԶԼՄ-ների նկատմամբ գրաքննություն մտցնելու մասին նախագահի աշխատակազմի ղեկավարի ելույթից հետո: Արդյունքում, երկրի օլիգարխներին պատկանող ԶԼՄ-ների արխիվներից առաջին հերթին հանվեցին ՀՀ և ԼՂՀ սահմանամերձ շրջաններում ադրբեջանական ԴՀԽ-ների գործողությունների ժամանակ վերջիններիս կրած կորուստների վերաբերյալ լուրերը: Ավելին. ըստ «TeleSUR»[64] կայքի հաղորդագրության «Ադրբեջանը վերջին տարիներին արժանացավ պարբերաբար կրկնվող քննադատությանն ավելի քան 100 լրագրողների, մարդու իրավունքի պաշտպանների, ընդդիմության անդամների և ժողովրդավարության համար պայքարող ակտիվիստների վրա հարձակումներ կատարելու, ձերբակալելու, բանտարկելու և կտտանքների ենթարկելու համար»: Միաժամանակ իշխանամետ ԶԼՄ-ների դիրքերն ամրապնդելու և առաջացած բացը լրացնելու նպատակով, պետությունը սկսեց տարեկան 20-ից 30 մլն մանաթ (19,2-ից 28,8 մլն դոլար) աջակցություն ցուցաբերել: Ընդհանուր առմամբ, ըստ Լրագրողների պաշտպանության միջազգային կոմիտեյի (CPJ) տվյալների Ադրբեջանն առավել շատ գրաքննություն կիրառող 10 երկրների շարքում զբաղեցրել է 5-րդ տեղը (հիշեցնենք, Ադրբեջանում տպագրվում են 500-ից ավելի թերթեր (այդ թվում 51-ը՝ Բաքվում), 50 ամսագրեր (50 էլ Բաքվում):

Այսպիսով, ինչպես կարելի է եզրակացնել վերը նկարագրված մանիպուլյատիվ հնարքներից, դրանք հաճախ նպատակաուղղված են հոգեբանական ազդեցության իրագործմանը: Մեդիա-տեքստերի ազդեցությունը տարածվում է ոչ միայն անհատի գիտակցականի վրա, այլև ընդգրկում է հուզական տիրույթը՝ ներշնչելով մանիպուլյատորի կողմից նախատեսված զգացմունքներ ու հույզեր, դրդելով համապատասխան գործողությունների:

[64] http://www.telesurtv.net/

2. ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ-ՀՈԳԵԲԱՆԱԿԱՆ (ՄԱՆԻՊՈՒԼՅԱՑԻՈՆ) ԱԶԴԵՑՈՒԹՅՈՒՆՆ ԱԴՐԲԵՋԱՆԻ ԼՈԲԲԻՆԳԱՅԻՆ ԲԱՂԱԴՐԻՉՈՒՄ

Քաղաքական դիրքորոշումներ ձևավորելու և դրանք ամրապնդելու նպատակով Ադրբեջանը հակահայկական տեղեկատվական գործողություններում շարունակում է լայնորն կիրառել *լոբբինգային*[65] *գործունեության բաղադիրչը* : Ադրբեջանական լոբբիստական աշխատանքը որակական նոր փուլ մտավ «Արտասահմանում բնակվող ադրբեջանցիների հետ աշխատանքային պետական կոմիտե» կազմակերպության հիմնադրումից հետո: Կազմակերպության կայքէջն է «diaspora.az»[66] և «diaspora.gov.az»[67], որտեղ ադրբեջաներենով ներկայացվում են տեղեկատվություններ ԱՀ աշխարհագրության, տնտեսության, պատմության, մշակույթի մասին և առանձին բաժնով՝ ԼՂՀ հակամարտությունը, հունվարի 20-ի դեպքերը և Խոջալուիի իրադարձությունները՝ ըստ Բաքվի պաշտոնական դիտանկյունի: Ավելին, ստեղծման առաջին օրվանից ադրբեջանցի լոբբիստները սկսեցին հայտարարություններ տարածել, թե իրականում հայկական սփյուռքի ներուժը գերագնահատվել է և հայկական ուժեղ լոբբինգի մասին երբեմնի խոսակցությունները անտեղի են: Սա հոգեբանական ենթատեքստ ունի. ադրբեջանի իշխանությունները ձգտում են սեփական ժողովրդին համոզել, թե Ադրբեջանը Հայաստանից ավելի զորեղ է բոլոր առումներով, և լոբբինգի ուղղությունը բացառություն չէ:

Լոբբինգային գործունեության բնագավառում Ադրբեջանն օգտագործում է և՛ դիվանագիտական խողովակները, և՛ տվյալ երկրում համայնքային ռեսուրսներն ու նպատակայնորեն ձևավորված ցանցային կառույցները: Ադրբեջանական լոբբիստական խմբերը ձգտում են ուղղակի ազդեցություն գործել երեք հիմանական ճանապարհով՝ ա) հիմնահարցի ձևակերպում, երբ փորձում են օրակարգ մտցնել որևէ հարց և դրանով ազդել քաղաքականության վրա, բ) տեղեկատվության ապահովում, երբ խմբերը զգալի աշխատանք են կատարում տվյալ հարցի հետ կապված անհրաժեշտ տեղեկատվական և քաղաքական վերլուծություն տրամադրելու հարցում, գ) քաղաքականության մոնիթորինգ, երբ մանրամասն մոնիթորինգի են ենթարկում տվյալ հարցի առնչությամբ քաղաքականությունը և իրականացնում տեղեկատվական գրոհ:

Նման գործողությունների օրինակ է Տաջիկստանում Ադրբեջանի դեսպանատան նախաձեռնությամբ ու ֆինանսական աջակցությամբ տաջիկերեն լեզվով՝ ակադեմիկոս Ռ.Մեհդիևի «Լեռնային Ղարաբաղ. աղբյուրներից կարդացված պատմություն» մենագրության թարգմանությունը և տպագրությունը: Աշխատությունում ներկայացված է ԼՂ պատմության, հայերի ԼՂ «վերաբնակեցման», հայ-ադրբեջանական հակամարտության պատմական արմատների ու պատճառների մասին տեղեկատվություն, «ծանրակշիռ փաստերով ապացուցվում է ԼՂ-ի Ադրբեջանին պատկանելը»: Շեշտադրվում է, որ «Ադրբեջանի հանդեպ Հայաստանի անհիմն տարածքային հավակնությունները կառուցված են կեղծիքի ու հերյուրանքների վրա»:

Միջազգային քաղաքական հարթությունում տարվող աշխատանքներից է նաև զանազան ճանապարհով օտարերկրյա դիվանագետներին ադրբեջանամետ դիրքեր ներքաշելը, ինչպես նաև հակահայկական գործողություններով աչքի ընկած անձանց առաջխաղացմանն աջակցելը տարբեր երկրների քաղաքական ասպարեզներում: Օրինակ, «Մեծ քսանյակի» գագաթաժողովում՝ «Ահաբեկչությունն ու միգրացիոն ճգնաժամը» թեմայով քննարկման ժամանակ Ի.Ալիևը, նշել է որ «Ադրբեջանը ահաբեկչությունից տառապող երկրներից մեկն է: Հայկական ահաբեկչական կազմակերպությունների կողմից Ադրբեջանում իրականացված ակտերի արդյունքում զոհվել է երկրի ավելի քան 2 հազար քաղաքացի»: Կամ Փարիզում կայացած ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի Գլխավոր համաժողովի 38-րդ նիստի ընթացքում Ի.Ալիևի ելույը, որտեղ նա նշել է, որ «...անկախության ժամանակաշրջանի սկզբին Ադրբեջանը դարձել է հայկական ագրեսիայի զոհ: Օկուպացիայի հետևանքով ոչնչացվել են մեր պատմական, ճարտարապետական և կրոնական հուշարձանները: ... ավելի քան 600 պատմական և ճարտարապետական հուշարձաններ լիովին ոչնչացվել են: Ոչնչացվել են 22 թանգարաններ, որտեղ

---

[65] *Լոբբինգն* ազդեցություն գործելն է այն որոշումների վրա, որոնք կայացվել են պաշտոնյաների՝ շատ հաճախ կարգավորող գործակալությունների կողմից: Լոբբինգն իրականացվում է տարբեր տեսակի մարդկանց և խմբերի կողմից: Լոբբիստները որպես կանոն քաջատեղյակ են օրենսդրական գործընթացներին: Նրանց գլխավոր գործիքը տեղեկատվությունն է:

[66] www.diaspora.az

[67] www. diaspora.gov.az

ներկայացվել են 40 հազար ցուցանմուշներ: Հայկական օկուպացիան հողին է հավասարեցրել 10 մզկիթներ: Մինչդեռ այսօր Բաքվի կենտրոնում դուք կարող եք տեսնել ... վերականգնված հայկական եկեղեցին: Սա մուլտիկուլտուրալիզմի, կրոնական հանդուրժողականության մոտեցման նկատմաբ տարբերությունն է և դա կրկին անգամ ցուցադրում է, որ ահաբեկչությունը կապ չունի ոչ մի կրոնի հետ, չունի ազգային պատկանելիություն: ... Մենք կանենք ամեն հնարավորը՝ Ադրբեջանի տարածքային ամբողջականությունը վերականգնելու համար»: Կամ էլ Կովկասի մահմեդականների վարչության նախագահ Ա.Փաշազադեն լրագրողների հետ ունեցած հարցազրույցում խոսելով Ֆրանսիայիում տեղի ունեցած ահաբեկչության մասին շեշտել է, որ «Ադրբեջանում ահաբեկչական ակտերի իրագործման ժամանակ մի շարք պետություններ նշանակություն չտվեցին դրան: Երբ տեղի ունեցավ Խոջալուի ողբերգությունը, մենք այդ մասին հայտնեցիք ողջ աշխարհին, սակայն ոչ ոք չլսեց մեզ: Դրա շարունակությունն է Լիբանանում և ֆրանսիայում իրագործված ահաբեկչական ակտերը»:

Միջազգային քաղաքական հարթությունում տարվող աշխատանքների վառ օրինակ է հանդիսանում Ավստրալիայի խորհրդարանում Ավստրալիա-Ադրբեջան միջխորհրդարանական բարեկամական խմբի նախագահ՝ պատգամավոր Լյուկ Սիմպկինսի ելույթը: Իր ելույթում պատգամավորը մեղադրելով Հայաստանին Ադրբեջանի տարածքների «օկուպացիայի» մեջ, անընդունելի է համարել Դ. Ասկերովի և Շ.Գուլիևի գերության մեջ գտնվելը: Ելույթն ավարտվել է «Ադրբեջանին տարածքները պետք է վերադարձվեն, իսկ Դ.Ասկերովը և Շ.Գուլիևը պետք է ազատ արձակվեն» նախադասությամբ:

Լոբբինգային բաղադրիչում շարունակվում է նաև «մարդու իրավունքների» գաղափարը: Օրինակ, Օմբուդսմենների 13-րդ միջազգային խորհրդաժողովում ԱՀ նախագահի հասարակական-քաղաքական հարցերով օգնական Ա.Հասանովը մատնանշել է, որ «ԼՂ խնդիրն ամենամեծ խոչընդոտն է Ադրբեջանում մարդու իրավունքների, ինչպես նաև տարածաշրջանի կայունության և խաղաղության ապահովման համար»: Միարժամանակ, առիթը բաց չթողնելով, Հասանովը, Հայաստանին մեղադրել է ահաբեկչության մեջ նշելով, որ «1984 թվականից առ այսօր Ադրբեջանի տարածքում իրականացվել են 388 ահաբեկչական ակցիա, որի ժամանակ զոհվել են 1189 և վիրավորվել 1705 մարդ»:

Ինչպես վերևում նշեցինք լոբբինգային գործունեության բանագավառում Ադրբեջանը օգտագործում է նպատակայնորեն ձևավորված ցանցային կառույցները: Այդպիսի ցանցային կառույցներից է ՌԴ-ում գործող *«Համառուսաստանյան ադրբեջանական կոնգրեսը»* (ՀԱԿ, ВАК)[68], որն ընդգրկում է ՌԴ-ի 80 սուբյեկտներում գործող ադրբեջանական 70 ՀԿ: Նախագահն է ՌԴ ԲԳԱ ակադեմիկոս, բ.գ.դ., պրոֆեսոր Մամեդ Բագիր Ջավադ օղլի Ալիևը: ՀԱԿ-ը ադրբեջանական սփյուռքի ամենահեղինակավոր ու ծանրակշիռ կազմակերպությունն է, որը քաղաքական տարբեր հարթակներում ակտիվ իրականացնում է հակահայկական դիրքորոշումների ձևավորման գործունեություն: Օրինակ, ՀԱԿ-ի պաշտոնական «vakmos.org»[69] կայքում տպագրվել է «Ստեղծված իրավիճակի պատասխանատուն Հայաստանն է», իսկ ՀԱԿ-ի ենթակայության տակ գտնվող «Ադրբեջանական կոնգրես» շաբաթաթերթի[70] 2015թ. նոյեմբերի 20-ի N 43 համարում՝«G20+1» հոդվածները, որտեղ Հայաստանը ներկայացվում է որպես «ագրեսոր և օկուպանտ»: Ընդհանուր առմամբ շաբաթաթերթի մոտեցումներն առավել ներդաշնակ են ադրբեջանական պաշտոնական քարոզչությանը: Թերթի կայքում առանձին բաժնով ներկայացված է հայերի կողմից իբր թե ադրբեջանական հուշարձանների ոչնչացման թեման, որտեղ ռուսաստանյան հասարակությանը, գիտնականներին, մշակույթի գործիչներին և պարզապես բարի կամքի տեր անձանց «հայկական վանդալիզմի» դեմ ձայն բարձրացնելու կոչ է արվում: Այնուհետև ներկայացվում է 3 տասնյակի չափ ադրբեջանական հուշարձանների ցանկ Շուշիում և շրջակայքում, «որոնց ճակատագիրը վտանգված է»:

Կոնգրեսի բարձրագույն ղեկավար մարմինը 158 հոգուց բաղկացած Կենտրոնական խորհուրդն է, որի 67 անդամները, իսկ նախագահությունում՝ 12-ը ադրբեջանական բիզնեսի ներկայացուցիչներ են, ովքեր չեն թաքցնում, որ կոնգրեսը գործում է իրենց շռայլ ֆինանսական օժանդակության շնորհիվ (օրինակ, նախագահությունում են գտնվում «ԼՈՒԿՕՅԼ» նավթային ընկերության նախագահ Վ.Ալեքպերովը, որի կարողությունը, ըստ «Forbes» հանդեսի 2015թ. կազմել է 12,2 մլրդ. դոլար, «Crocus Group» ընկերության նախագահ Ա.Աղալարովը, որի կարողությունը, ըստ նույն հանդեսի տվյալների կազմել է 1,9 մլրդ. դոլար:

---

[68] http://vakrf.ru/diaspora/regions-vak/
[69] http://vakrf.ru/diaspora/regions-vak/
[70] http://azcongress.info/

Կենտրոնական խորհրդի կազմում կան նաև ոչ ադրբեջանցիներ, մասնավորապես, ռուս-ադրբեջանական բարեկամության ընկերության տնօրեն, քաղաքագետ Ն.Կրասովսկայան, ԻՏԱՌ-ՏԱՍՍ-ի գլխավոր տնօրենի տեղակալ Մ.Գուսմանը և նրա եբայր, կինոռեժիսոր Յու.Գուսմանը, ՌԴ Փաստաբանների գիլդիայի փոխնախագահ Վ.Իգոնինը (հաղիսանալով ՀԱԿ-ի փոխնախագահներից մեկը՝ իրականացնում է իրավական աջակցություն): Բիզնեսմեն Ս.Կոլեսնիկովը):

ՌԴ-ում գործող հաջորդ ցանցային կառույցներից է *«Ռուսաստանի ադրբեջանցիների դաշնային ազգային-մշակութային ինքնավարությունը»* (ՌԱԴԱՄԻ, ФНАК АЗЕРРОС[71]), որի հիմնադիրներն են Մոսկվայի, Տվերի, Յարոսլավի, Կոստրոմայի, Սակտ Պետերբուրգի, Կոմի Հանրապետության ազգային-մշակութային կազմակերպությունները: Կազմակերպությունը բաղկացած է նախագահությունից (նախագահն է տ.գ.թ. Սոյուն Կասում օղլի Սադիկովը) և դաշնային խորհուրդի 43 անդամներից: Թեպետ ղեկավար կազմում կան մտավորականության ներկայացուցիչներ, այդուհանդերձ 23 հոգի զբաղվում են ձեռնարկատիրական գործունեությամբ: ՌԱԴԱՄԻ-ը ունի լուրջ տեղեկատվական ռեսուրսներ: Նրա հովհանու ներքո գործում են «Медиа-холдинг» ԲԲԸ-ն, որը հրապարակում է «АЗЕРРОС» թերթը, «Вестник XXI века» ամսագիրը և սպասարկում է « АЗЕРРОС», « Федеральная национально-культурная автанимия азербайджанцев России» տեղեկատվական-վերլուծական ինտերնետ պորտալները: Չնայած կազմակերպության կանոնադրությունում նշված է, որ ՌԱԴԱՄԻ-ը մերժում է բռնության ցանկացած կիրառում ու քարոզչություն, ազգային, ռասայական ու կրոնական գժտության բորբոքում, այնուամենայնիվ տեղեկատվական միջոցները, հատկապես կայքերը լի են հակահայ նյութերով: Այսպես, «fnkaaz.ru»[72] կայքում տպագրվել է «Իլհամ Ալիևը ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի Գլխավոր համաժողովի լիդերների ֆորումում» հոդվածը, որտեղ մեջբերված է Ի.Ալիև ելույթը: Հիշեցնենք, որ այդ ելույթում Ալիևը խոսելով միջազգային կազմակերպության կարևոր դերի մասին անդրադարձել է Հայաստանին՝ վերջինիս մեղադրելով ադրբեջանական պատմական հուշարձանների «ոչնչացման», «ահաբեկչության» և «օկուպացիայի» մեջ:

Երրորդը *«Ռուսաստանի ադրբեջանական երիտասարդական կազմակերպությունն» է* (ՌԵԱԿ, AMOP[73]), որի նախագահն է Լեյլա Ալիևան: ՌԵԱԿ-ը մասնաճյուղեր ունի ՌԴ 71 սուբյեկտներում: Նրան է պատկանում AMOP պորտալը, որտեղ ադրբեջանական տեսանկյունով, առանձին բաժնով, ներկայացված է Ղարաբաղի պատմությունը, «ադրբեջանցիների նկատմամբ իրագործված եղեռնը», «մշակութային եղեռնը», «հայկական ագրեսիան»:

Մյուս կազմակերպությունը *«Ադրբեջանական երիտասարդության համակարգող խորհուրդն»* է (ԱԵՀԽ, KCAM), որը աչքի է ընկնում ակնհայտ ծարահեղականությամբ և հակահայ ագրեսիվությամբ: Այս ցանցն ընդգրկում է Բաքվի, Թբիլիսիի, Բուդապեշտի, Թել Ավիվի, Հաագայի ու Մոսկվայի մասնաճյուղերը, ունի 1128 փորձագետ և գործում է ԱՀ ԳԱԱ մարդու իրավունքների պաշտպանության ինստիտուտի ուղղորդմամբ: Հիշեցնենք, որ այս կազմակերպությունը նախկինում փորձել է «Արցախի ձայներ» համույթի համերգը տապալել, իսկ 2007թ. հրահրել է Մոսկվայի Ժողովուրդների բարեկամության ռուսաստանյան համալսարանի տարածքում ադրբեջանցի ու հայ երիտասարդների խոշոր ծեծկռտուքը, որի արդյունքում իրադարձությունն օգտագործվել է հակահայ հիստերիա սանձազերծելու համար:

ԱՄՆ-ում գործող լոբբինգային կազմակերպություններից կարելի է հիշատակել *«Ամերիկյան ադրբեջանական համայնք»* կազմակերպությունը, *«ԱՄՆ ադրբեջանցիների ցանցը»* և *«Ադրբեջանցի հրեաների միությունը»* (որը Բաքվից ԱՄՆ փոխադրված հրեաների կառույց է): ԱՄՆ-ում ադրբեջանական լոբբինգն իր առջև խնդիր է դրել հասարակական և քաղաքական շրջանակներում բարձրացնել ադրբեջանանպաստ տեղեկատվությունը Ղարաբաղյան կոնֆլիկտի վերաբերյալ, մասնավորապես՝ կոնֆլիկտում իրենց պարտությունները ներկայացնելով Ադրբեջանի տարածքային ամբողջականության կորուստ: Հիմնական լոբբիստական ակցիաները նվիրված են Ադրբեջանի տարածքային ամբողջականության վերականգնմանը, պայքար, որպեսզի դե ֆակտո անկախ ԼՂՀ-ն ընդգրկված լինի Ադրբեջանի դե յուրե ամրագրված սահմաններում: Ադրբեջանցիները փորձում են լոբբինգի միջոցով բարձրացնել Խոջալուի դեպքերը, որը ներկայացնում են, «որպես ցեղասպանություն»: Այսպիսով, արտաքին քաղաքական ոլորտում ադրբեջանական լոբբիստները հիմնականում երեք նպատակ են

[71] http://azerros.ru/tags/
[72] http://fnkaaz.ru/
[73] www.amor.az/

հետապնդում՝ ներկայացնել Ադրբեջանին, որպես տարածաշրջանում ԱՄՆ-ի համար ռազմավարական կարևորություն ունեցող երկիր, ճնշում գործադրել Ադրբեջանի տարածքային ամբողջականության վերականգնման հարցում և հասնել «Խոջալուի ցեղասպանության» ճանաչմանը՝ ի հակադրություն հայկական լոբբի իրականացրած գործունեությանը, որը փորձում է հասնել Հայոց ցեղասպանության ճանաչմանը: Հաջորդը, որի վրա աշխատում են ադրբեջանական լոբբիստները Ադրբեջանի ներքին քաղաքականության, մասնավորապես՝ գործող իշխանությունների գործունեության համար լեգիտիմությունն ապահովումն է: Ադրբեջանցիները հասկայական միջոցներ են ծախսում, որպեսզի ԱՄՆ-ն աչք փակի Ադրբեջանում մարդու իրավունքների խախտման, ժողովրդավարության ցածր մակարդակի և ներքաղաքական այլ բացթողումների վրա:

Ադրբեջանը հսկայական միջոցներ է ներդնում նաև ամերիկյան տեղեկատվական դաշտում Ադրբեջանի իմիջը բարձրացնող, հակահայկական նյութեր հրապարակելու համար: Այս ամենը «բնականաբար» մեծ ազդեցություն է թողնում այն զանգվածի վրա, որոնք տեղեկատվություն չունեն Հայաստանի վերաբերյալ և Ադրբեջանի մատուցած տեղեկատվությունը գնում է, որպես առաջին աղբյուր: Իսկ մարդիկ սովորաբար հավատում են հենց այն տեղեկատվական աղբյուրին, որից առաջինն են ստացել ինֆորմացիան: Օրինակ, US Azeris Net work-USAN[74] կազմակերպությունն իր գործունեության ընթացքում 9345 նամակ է ուղարկել Կոնգրեսի աշխատակազմի գրեթե բոլոր աշխատակիցներին՝ բողոքներ հայտնելով հայկական լոբիի գործողությունների առիթով: Հիշարժան է այն փաստը, որ երբ Օբաման դեռ չէր դիտվում որպես ԱՄՆ նախագահի հավանական ֆավորիտ թեկնածու և տանուլ էր տալիս նախնական ընտրություններում, կազմակերպությունը արշավ էր տանում նրա դեմ՝ դատապարտելով Օբամային Ղարաբաղի ինքնորոշման օգտին և Մեծ եղեռնը ճանաճելու վերաբերյալ իր արտահայտությունների համար: Հայտարարություններից մեկում նշվում էր , թե «Օբաման վիրավորում է բոլոր ամերիկաբնակ ադրբեջանցիներին և թուրքերին», որ «Օբամայի մոտեցումները փաստում են նրա անփորձությունը և դատողությունների մակերեսայնությունը, ինչպես նաև ներքին և արտաքին քաղաքականության հարցերով խորհրդականների ոչ պրոֆեսիոնալիզմը»: Իսկ Հայաստանի հանդեպ թուրք-ադրբեջանական շրջափակման առիթով Օբամայի քննադատական մոտեցումներին ամերիկաբնակ ադրբեջանցիներն առավել ուշագրավ պատասխան էին տվել. պարզվում է Հայաստանը նույնիսկ շրջափակման մեջ չէ, իսկ օրինակ Նախիջևանը շրջափակված է արդեն 25 տարի:

Հատկանշական է, որ ադրբեջանական լոբբիստներն իրենց գործունեության ընթացքում կիրառել են ԱՄՆ լոբբինգում վերջին մի քանի տասնամյակում ակտիվ կիրառվող տեխնոլոգիաներից մեկի՝ ***«Lobbying the grassroots»***[75] -ի որոշ տարրեր:

Այսպիսով, ադրբեջանական լոբբիստական գործունեությունում հաճախ կիրառվել և շարունակում է կիրառվել տեղեկատվական- հոգեբանական ազդեցության հետևյալ տեխնոլոգիաները.

- հասարակական կարծիքի մոբիլիզացում (զանգվածային ակցիաների նախաձեռնում, իշխանություններին հասցեագրված զանգվածային դիմումների կազմակերպում, ակտիվ գործունեություն ԶԼՄ դաշտում դատական գործընթացների նախաձեռնում),
- ընտրարշավները (ընտրություններում անհատական մասնակցություն կամ «սեփական» թեկնածուի առաջադրում ու աջակցում),
- ֆորմալ կապերի կիրառում (օրինագծերի մշակում, իշխանության ներկայացուցիչների խորհրդատվություն և ընդունվող որոշումների փորձաքննություն, մասնակցություն իշխանության մարմինների աշխատանքներին),
- ոչ ֆորմալ կապերի կառավարումը (գիտաժողովների կազմակերպում, անձնական կապերի օգտագործում, ոչ ֆորմալ հանդիպումների կազմակերպում),
- իշխանության ներկայացուցիչների վրա հոգեբանական ազդեցության կիրառում:

---

[74] http://www.usazeris.org/

[75] Այս տեխնոլոգիայի համաձայն, լոբբիստը դիմում է ոչ թե տվյալ պաշտոնյային, այլ հասարակության ներկայացուցիչներին, ովքեր կարող են ազդել իշխանության այս կամ այն որոշման ընդունման վրա: Լոբբիստը բացատրում է իրավիճակը, հորդորում նրանց կապվել պաշտոնյաների հետ՝ տվյալ որոշումն ընդունելու կամ մերժելու պահանջով: Երբ հասցեագրվում են բազմաթիվ նամակներ ու բողոքներ, պաշտոնյան ստիպված է լինում լսել ու հետևել հասարակական կարծիքին:

3. ՀԵՌՈՒՍՏԱՏԵՍՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ՌԱԴԻՈՅԻ ՄԻՋՈՑՈՎ ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ-ՀՈԳԵԲԱՆԱԿԱՆ (ՄՆԻՊՈՒԼՅՑԻՈՆ) ԱԶԴԵՑՈՒԹՅԱՆ ՀՆԱՐՔՆԵՐԸ

Հեռուստատեսությունը քաղաքական և սոցիալական դիրքորոշումների ձևավորման, մարդու վրա ազդեցության լայն գործառույթներ ունի՝ սոցիալականացում (ապասոցիալականացում), տեղեկատվական-հոգեբանական, դաստիարակչական, մշակութային, քարոզչական և այլն: Ավելին, հեռուստատեսությունը նաև արժեքներ ձևավորող գործոններ են, իսկ արժեքային համակարգը համարվում է «կրիտիկական ենթակառուցվածք», որի պաշտպանությունն ազգային անվտանգության կարևորագույն խնդիրներից է: Բացի այդ, հեռուստատեսությունն այն լրատվամիջոցներից է, որը հնարավորություն է տալիս իր ազդեցությունն իրականացնել երկու ձևով՝ տեքստային և պատկերային: Տեքստային ձևն ուղղված է ինտելեկտուալ լսարանին, որը պահանջում է փաստեր, թվեր, վիճակագրություն և այլն: Պատկերային ազդեցությունն ուղղվում է ոչ մասնագիտական լսարանին, որին ավելի շատ անհրաժեշտ են հուզիչ տեսարաններ, դրամատիկ պատմություններ և սցենարներ: Այդ իսկ պատճառով ադրբեջանական հեռուստաեթերի հիմնական մասն նպատակաուղղված է երկրորդ եղանակի կիրառմանը, քանի որ փորձ է արվում ազդեցություն գործել զգացմունքների վրա, ենթագիտակցության մակարդակում:

Ինչպես հայտնի է ԱՀ տարածքում ներկայումս գործում են 58 մալուխային հեռուստաընկերություն (այդ թվում 50-ը՝ Բաքվում), 16 հեռուստաընկերություն (16 էլ Բաքվում): Առավել հայտնի հեռուստաընկերություններից են CBC TV[76]-ին (ստեղծվել է 2013թ ապրիլի 10-ին՝ ATV International հեռուստաընկերության բազայի հիման վրա, եթեր է արձակվում ATV Plus հեռուստաալիքի հաճախականությամբ), ATV[77]-ին, AZ TV[78]-ին, APA TV[79]- ին, ITV[80]-ին, Ans TV[81]-ին, Azad TV[82]-ին, Lider TV[83]-ին, GunAz TV[84]-ին, CTV[85]-ին, InterAZ[86]-ը: Թվարկված հեռուստաընկերությունների եթերում պարտադիր են լրատվական թողարկումները, որոնք եթեր են արձակվում օրական մի քանի անգամ, իսկ շաբաթվա վերջում՝ վերլուծական-լրատվական հաղորդմամբ ամփոփվում է շաբաթվա իրադարձությունները: Օրինակ, CBC TV հեռուստատեսության հեռարձակումներում աշխատանքային օրերին (24 ժամ) լրատվական թողարկումներին բաժին է ընկնում եթերի 245 րոպեն, ընդ որում ադրբեջաներեն լեզվով լուրերին՝ 40 րոպե, ռուսերենին՝ 70 րոպե, անգլերենին՝ 70 րոպե, հայերենին՝45 րոպե, պարսկերենին՝ 20 րոպե: Ադրբեջանի գովաբանությանը հատկացվում է «Սա Ադրբեջանն է» հաղորդաշարի 5 հաղորդում՝ 95 րոպե ընդհանուր տևողությամբ: Կարևոր տեղ է զբաղեցնում նաև, այսպես կոչված փաստավավերագրական ժանրին պատկանող 11 ֆիլմերի ցուցադրումը, որին հատկացվում է 475 րոպե:

Եթե հաշվի առնենք, որ Ադրբեջանի բնակչության 60-70 %-ը հեռուստատեսությունը դիտարկում է որպես տեղեկատվության ստացման աղբյուր, ապա պարզ է դառնում հանրությանն ուղղորդված հոգեբանական ներազդեցության աստիճանը:

Ստորև դիտարկենք տեղեկատվական-հոգեբանական (մանիպուլյացիոն) ազդեղեցության հնարքների հիմնական զարգացումներն ըստ ոլորտների:

1.1. Ռազմական ոլորտ

Ոլորտին բնորոշ են եղել հայկական զինված ուժերի շահարկումը և վարկաբեկող ***ինֆոլոգեմների***[87] ***տարածումը***: Այսպես, CBC TV-ի, ATV-ի, ITV-ի, Ans TV-ի, APA TV-ի լրատվական թողարկումներում

---

[76] http://guzei.com/online_tv/watch.php?online_tv_id=6793
[77] http://www.tammby.narod.ru/azerbaidjan/tv-online_azerbaijan-atv.htm
[78] http://www.tammby.narod.ru/azerbaidjan/tv-online_azerbaijan-az_tv.htm
[79] http://www.tammby.narod.ru/azerbaidjan/tv-online_azerbaijan-apa-tv.htm
[80] http://www.tammby.narod.ru/azerbaidjan/tv-online_azerbaijan-itv.htm
[81] http://www.tammby.narod.ru/azerbaidjan/tv-online_azerbaijan-ans_tv.htm
[82] http://canlitv.mobi/atv-azad-tv
[83] http://www.tammby.narod.ru/azerbaidjan/tv-online_azerbaijan-lider_tv.htm
[84] http://www.tammby.narod.ru/azerbaidjan/tv-online_azerbaijan-gunaz.htm
[85] http://www.tammby.narod.ru/azerbaidjan/tv-online_azerbaijan-ctv.htm
[86] http://www.tammby.narod.ru/azerbaidjan/tv-online_azerbaijan-interaz-tv.htm
[87] *Ինֆոլոգեմն* այն տեղեկատվական միֆի համադրությունն արտահայտող հասկացություն է և նշանակում է իրական փաստերը դուրս մղող կեղծ տեղեկատվություն: Ինֆոլոգեմները ձևավորվում են չգիտակցված մոլորությունների կամ էլ գիտակցված և նպատակաուղղված մանիպուլյացիաների ազդեցությամբ: Դրանց բնորոշ են

առանձին տեղ են զբաղեցրել հայկական զինված ուժերը «բարոյալքված և անմարտունակ» ներկայացնող տեսաժապավենների ցուցադրումը: Նշված հեռուստաընկերությունների եթերում ցուցադրվել են հայկական դիրքերը հրետակոծելու կադրեր, որտեղ կրակի կառավարումն իբրև թե իրականացրել են ԱԹՍ-ները: Կամ մեկ այլ տեսաժապավենում ներկայացվել է «ականանետերից հայկական կողմի ապաստարանում գտնվող տեխնիկայի ոչնչացումը», կամ էլ ԱՀ ՀՕՊ համակարգերի միջոցով հայկական DJI Inspire 1 (Quadcopter) երկու ԱԹՍ-ների ոչնչացումը: Ուշագրավն այն է, որ բոլոր դեպքերում հաղորդավարները, ապատեղեկատվության միջոցով, անընդհատ նշել են, որ «հայկական կողմը տվել է տասնյակ զոհեր (այդ թվում ԼՀՂ-ի հրամանատարի տեղակալ, գնդապետ Ջ.Ա.Հարությունյանը), շարքից հանվել են մի քանի ավտոմեքենաներ»: Շարունակելով թեման շեշտադրել են, որ «սեփական կորուստների թիվը պակաս ներկայացնելու նպատակով հայկական կողմը հերթական անգամ թաքցնում է ադրբեջանցի զինվորների կողմից Մերձավոր Արևելքի թեժ կետերից եկած վարձկանների, ինչպես նաև ղարաբաղցի հայ զինծառայողների ոչնչացումը, որոնք իրականում զինվել և խրամատ են ուղարկվել բռնի կերպով»:

Ընթացիկ ժամանակահատվածում ադրբեջանական հեռուստաեթերը հեղեղված էր նաև հակա-հայկական բնույթի ռազմական փաստավավերագրական ֆիլմերի ցուցադրումով, որոնք իրականացվել են ***«հուզական ճնշման էֆեկտի»***[88] կիրառմամբ: Պաշտպանվելով քարոզչական տեղեկություններից՝ մարդը ռացիոնալ մակարդակում կարող է կառուցել հակափաստարկների համակարգ և «հատուկ մշակմանն» ուղղված բոլոր ջանքերը հանգեցնել զրոյի: Սակայն, եթե մարդու վրա քարոզչական ազդեցությունը տեղի է ունենում հուզական մակարդակում, նրա գիտակցական վերահսկողությունից դուրս, ոչ մի ռացիոնալ հակափաստարկ չի գործում: Որպես կանոն, այդպիսի ֆիլմերի դիտման ժամանակ դիտողի ենթագիտակցության վրա ազդեցությունն ուժեղացնում են նաև պատկերի ձայնային ուղեկցությամբ՝ տվյալ դեպքում ոչ միայն խոսքով, այլև երաժշտությամբ: Հանդիսատեսի վրա այսպիսի համալիր ներգործությունը զգալորեն ուժեղացնում է նշված էֆեկտի ազդեցությունը և տեղեկատվությունը հեշտությամբ ներթափանցում է մարդու ենթագիտակցություն: Օրինակ, CBC TV-ին ցուցադրել է *«606 օր հայկական գերության մեջ, կամ փախուս դժոխքից»* ֆիլմը, որտեղ պատմվում է երկու ադրբեջանցիների մասին, ովքեր մնացած գերիների հետ միասին, որպես ստրուկներ պահվել են Ստեփանակերտում: Դաժան տանջանքներից և կտտանքներից հետո, նրանք որոշում են դիմել փախուստի, սակայն ոչ բոլորին է հաջողվում փրկվել: Կինոնկարում գերությունից փախած ադրբեջանցիները քսան տարի անց հանդիպում են և «սրտաճմլիկ» պատմությունները վերհիշելով նկարագրում գերության ժամանակ ստացած հոգեկան հարվածների մասին: Հուզական ռեզոնանսն ուժեղացնելու նպատակով ֆիլմում օգտագործվել են 1993թ. նկարահանված «Ճիչ» (Ղարաբաղյան պատերազմի ընթացում հայկական գերության մեջ գտնվող ադրբեջանցիների մասին պատմող ֆիլմ է) ֆիլմից կադրեր, կիրառվել է նաև անիմացիայի 3D գրաֆիկան: Հատկանշականն այն է, որ ֆիլմը նկարահանվել է «Երիտասարդության զարգացման կենտրոն» (ADDIM) հասարակական միավորման կողմից՝ ԱՀ նախագահին առընթեր Երիտասարդության հիմնադրամի ֆինանսական աջակցությամբ:

Հաջորդ մանիպուլյացիոն հնարքը, որը օգտագործվել է ռազմական փաստավավերագրական ֆիլմերում, դա «***մեկնաբանությունն***»[89] է «***մոնտաժի***»[90] տեխնիկական հնարավորությունների զուգակցման կիրառմամբ: Այսպես, CBC TV-ին դեկտեմբեր ամսվա ընթացում ցուցադրել է վրացական *«Մասնագիտությունը զինվոր»* երկմասանոց ֆիլմը, որտեղ ներկայացված էր 1918-1919 թթ. հայ-

---

ինքնավերարտադրումը, լայն տարածումը և ներթափանցումը համակարգում: Ինֆոլոգեմներն ազդում են անձի վրա փաստացիորեն անսահմանափակ ժամանակահատվածում, քանի որ հեշտորեն են հայտվում տեղեկատվական ռեսուրսներում, դառնում են դրանց տարրը և այդ կերպ մասնակցում մարդկանց գիտակցության մեջ խեղված պատկերի ձևավորմանը:

[88] *«Հուզական ճնշման էֆեկտի»* էությունն այն է, որ դիմում են ոչ թե մարդու բանականությանը, այլ զգացմունքներին:

[89] «*Մեկնաբանություն*» հնարքի նպատակն է իրադարձությունը լսարանին ներկայացնել ավելի խորքային բացատրություններով: Սա հիմնականում կատարում է տվյալ ոլորտի փորձագետը: Վերջինս կարող է որոշ փաստեր ներկայացնել, որոշներն էլ թաքցնել՝ հող նախապատրաստելով ցանկալի եզրակացության համար: Որքան խորն են փորձագետի գիտելիքները տվյալ ոլարտում, այնքան ավելի հեշտ նա կկարողանա քողարկել իրականությունը և այնքան ավելի քիչ մարդ կիմանա դեպքերի իրական զարգացումը:

[90] *«Մոնտաժի»* միջոցով հնարավորություն է ընձեռվում ընտրել կադրերի կամ հաղորդվող տեքստի ցանկալի հաջորդականությունն ու կցել միմյանց:

վրացական կարճատև պատերազմի օպերատիվ-մարտավարական գործողությունների «ճշգրիտ պատկերը»: Բնականաբար վրացական ռազմական պատմագրությունը օբյեկտիվ գնահատական չի տվել տեղի ունեցած իրադարձություններին, ինչից էլ օգտվել են ադրբեջանցիները: Ֆիլմի ցուցադրությամբ նրանք ցանկացել են մի կողմից հանրությանը ներկայացնել հայերի ագրեսոր և օկուպանտ լինելու փաստը, ովքեր միշտ ձգտել են ու ձգտում են ուրիշի հողերը նվաճել, մյուս կողմից ստեղծել պատրանք, որ եթե չլիներ արտաքին միջամտությունը, ապա վրացիները կարող էին գրավել, ինչպես ֆիլմում է նշվում, «բանդիթական» Երևանը:

3.2.Արտաքին քաղաքականության ոլորտ

Ուսումնասիրելով ադրբեջանական հեռուստաալիքներով իրականացվող քարոզչության սահմանները՝ այն կարելի ձևակերպել որպես հաղորդակցության ցանկացած միջոցներով իրականացվող նպատակային ներգործություն մարդկային որոշակի խմբի գիտակցության և հոգեվիճակի վրա՝ ցանկալի ուղղությամբ և կանխորոշված արդյունքով: Նախատեսված թիրախն է օտարերկրյա և հայ հանրությունը, նպատակը՝ այդ հանրության տարբեր օղակների հոգեբանական կազմալուծումը՝ ենթադրվող խոցելի կետերի վրա տեղեկատվական ուղղորդված ներգործությամբ: Այսպես, հաղորդվող լուրերում (AZ TV լրատվական թողարկումների բաժին է ընկնում եթերի 205 րոպեն, ընդ որում ռուսերեն՝ 15 րոպե, անգլերեն՝30 րոպե, ITV-ին տրամադրվում է 180 րոպե, այդ թվում՝ ռուսերեն՝ 15 րոպե, Ans TV-ին՝ 145 րոպե և Lider TV-ին՝ 165 րոպե), ինչպես նաև առանձին հաղորդաշարերում («В тему», «Дело N...») կիրառելով «*պատմելաոճի*»[91] և «*փաստերի իմիտացիայի*»[92] մեթոդները, անընդատ կրկնվում է, որ Ադրբեջանն արդեն 20 տարուց ավելի է, ռազմական ագրեսիայի ենթարկվում Հայաստանի կողմից, որի հետևանքով օկուպացվել տարածքների 20 տոկոսը՝ պատմական հող հանդիսացող Լեռնային Ղարաբաղը և նրա հարակից 7 շրջանները: Այդ տարածքներում անցկացվել է էթնիկական զտման քաղաքականություն, ցեղասպանություն, (ի դեպ «ապացուցվում» է հորինված փաստերով և թվերով, ինչպես նաև փաստավավերագրական ֆիլմերի ցուցադրումով), ավերվել են պատմամշակութային հազարավոր կոթողներ, ավելի քան մեկ միլիոն ադրբեջանցիներ հայտնվել են փախստականների և հարկադիր վերաբնակների վիճակում: Միջազգային կազմակերպությունները հակամարտության հետ կապված հայտնել են իրենց վերաբերմունքը: Առկա են Ադրբեջանի օկուպացված տարածքներից հայկական զինված ուժերի անվերապահ և շուտափույթ դուրս բերման հետ կապված ՄԱԿ-ի ԱԽ-ի 4 բանաձևերը, ԵԱՀԿ-ի, ԵԽԽՎ-ի և այլ միջազգային կազմակերպությունների համապատասխան որոշումներն ու բանաձևերը: Սակայն ագրեսիվ Հայաստանը անտեսում է միջազգային իրավունքի նորմերը, չի կատարում միջազգային կազմակերպությունների որոշումները: Պնդումներն ավարտվում են պատերազմի միջոցով «բռնազավթված հողերը» ետ վերադարձնելու եզրակացությամբ:

Ադրբեջանի քարոզչության գերհուզական (ինչու չէ երբեմն հիստերիկ) գործելաոճն իհարկե նորություն չէ և դա թուլացնում է լավատեղյակ հանրության վրա ունեցած հոգեբանական ազդեցությունը, քանզի քարոզչական գործողությունների նպատակը և ողջ տրամաբանությունը ենթադրում է, որ տեղեկատվական գործողություններն իրականացնող կողմը՝ մանիպուլյատորը իրականացնում է նպատակային, ռացիոնալ մշակված, սառը հաշվարկային քայլեր՝ ուղղված հակառակորդի հուզական, գիտակցական ապահինտեգրմանը, մինչդեռ սեփական հույզերի ու բնութագրիչների առումով մնում է ստվերում, աչքի չի ընկնում: Սակայն, մյուս կողմից, ներքին հանրության շրջանում այսպիսի գործելաոճն առաջացնում է ագրեսիվ ցանկություններ, իսկ անտեղյակ հանրության մոտ՝ վրդովմունք:

Հաջորդը *«հոգեբանական ցնցակաթված»* առաջացնելու հնարքն է: Այն իրականացվում է դաժան, ցնցող տեսարանների ցուցադրումով, որն ազդում է ենթագիտակցական մակարդակում, ձևավորելով անհրաժեշտ կարծիք: Երբ ցուցադրում են դիակների կույտեր, ավերված տներ ու քաղաքներ, մեջբերվում

---

[91] Երբ ներկայացվող նյութի տոնայնությունը, դադարների հաճախականությունը, ձայնի բարձրացումն ու իջեցումն անհարժեշտ ուղղությամբ փոփոխելով զարգացնում են հեռուստանյութի թողած ազդեցությունը:

[92] Ասյսինքն, փաստերի, իրադարձությունների իմիտացիա, որը շատ դեպքերում մարդիկ չեն հասցնում տարբերել ապատեղեկատվությունից: Օրինակ, «հայերը դատապարտված են պարտության», «իշխանությունները վերջին ճիգերն են գործադրում դիմանալու համար», «ադրբեջանական ոգին անհաղթահարելի է» և այլն: Նման տեղեկատվությունը հաղորդվում է կամ լուրերում, կամ էլ առանձին հաղորդաշարերում՝ ուսումնասիրությունների տվյալների անվան տակ:

են ահաբեկչական գործողությունների փաստեր և ասում են, թե հայերն են արել այդ ամենը, լսարանը ենթագիտակցորեն բացասական է տրամադրվում հայերի նկատմամբ: Այս մեթոդը լավագույնս կիրառել են CBC TV, ATV և AZ TV հեռուստաընկերությունները՝ ցուցադրելով *«Հայկական վանդալիզմը Կովկասում»*, *«Հայկական ագրեսիա»*, *«Ճշմարտությունն ինչպես որ կա»*, *«Հայկական ահաբեկչություն»*, *«Հայաստանում երկրպագում են նացիստական հանցագործին»* և այլ փաստավավերագրական ֆիլմերը:

Ադրբեջանական հեռուստատեսությունում հաճախակի է կիրառվում նաև ***«մեդիատորների օգտագործման»***[93] մեթոդը : Այսպես, ցուցադրելով *«Հայաստանը թալանողները»* հայալեզու վավերագրական կինոնկարն ադրբեջանցիները ձգտել են սեպ խրել ժողովրդի և պետական այրերի, իշխանավորների միջև օգտվելով հանրապետությունում ստեղծված սոցիալական անբարենպաստ վիճակից: Այս դեպքում հեռուստատեսության դերն այնքանով է կարևոր, ինչքանով նրանք կարող են հասարակական քննարկումների առիթներ տալ: Ի դեպ այդ քննարկումները շարունակվում են առայսօր:

3.3 Ներքաղաքական ոլորտ

Ներքաղական ոլորտին վերաբերվող հեռուստահաղորդումներում իրականացվող քարոզչության մի մասը նպատակաուղղված է Ադրբեջանի գովերգությանը (նորություններում հաճախակի հաղորդվում են սոցիալ-տնտեսական աճի մասին, իսկ առանձին հաղորդաշարերում, օրինակ, *«Սա Ադրբեջանն է»*՝ գովաբանվում է երկրի հզորությունն ու մեծարվում՝ նախագահը), մյուս մասը՝ «թշնամի հայի» կերպարի ավելի խորացմանը: Վերջինիս առումով ադրբեջանական քարոզչությանը բնորոշ է հուզականորեն հագեցած հեռուստաեթերի առատությունը, որը վեր է հանում տագնապալի վիճակներ, անհավասարակշռություն, առաջացնում է ագրեսիվ ցանկություններ: Այսինքն, լայնորեն կիրառվում է ***«փրայմինգի էֆեկտը կամ մարդկանց գաղափարներով վարակելու գործընթացը»:*** Փրայմինգն ինչ-որ քայլի կատարմանը, գաղափարների առաջացմանն (ագրեսիվ գործողությունների) ազդակ հաղորդող տեղեկատվությունն է: Այս հնարքի միջոցով ագրեսիվ գործողությունների կամ մտքերի առաջացման հավանականությունն առավել մեծ է հեռուստատեսային նյութերում, որովհետև դրանցում հաճախ ագրեսիան ներկայացվում է գրավիչ, գեղեցիկ լուծումներով, գույներով և երաժշտությամբ: Ի դեպ, ագրեսիայի քանակն ավելանում է այնքան, որքան ավելի հստակ և ցցուն է ագրեսիա կիրառող հերոսի արդար լինելու փաստը, գաղափարը:

Ազդեցությունների մեկ այլ խումբ է ներքին լսարանում քրոնիկ բնույթի ***«բացասական տրամադրությունների և ապրումների ամրապնդումը»***: Այսպես, Բաքվի Սբունչինա շրջանի Նարդարան ավանի ապստամբած բնակչության դեմ Ադրբեջանի ներքին զորքերի չդադարող ուժային գործողության պայմաններում AZ TV հեռուստալիքը հիստերիա է բարձրացրել պետական կարգին սպառնացող վտանգի մասին: Միարժամանակ առիթը բաց չթողնելով հեռուստաընկերությունը «հայերի ջրաղացին ջուր լցնելու» մեջ է մեղադրել այն լրատվամիջոցներին, որոնք փորձել են ինչ-որ կերպով ամբողջությամբ լուսաբանել զինվորականներով շրջապատված ավանում տեղի ունեցող դեպքերը:

Ադրբեջանական քարոզչության ազդեցություններից մեկն ***«իրողությունների և դրանց հանրային ընկալումների պարզունակեցումն»*** է, դրան ուղեկցող ապահինտելեկտուալացումը: Քարոզչությունը նույն լրջությամբ խոսում է ադրբեջանական խոհանոցի, երաժշտության և ցեղասպանության մասին՝ համահարթեցնելով դրանց կարևորությունները: Օրինակ, CBC TV հեռուստալիքով ցուցադրված *«Культурное воровство по-армянски»* վավերագրական ֆիլմում ձայնի լրջությամբ խոսվում է, մեկ այն մասին, որ «գիտականորեն ապացուցված է, որ այնպիսի ուտեստներ, ինչպիսին է տոլման, խաշը, լավաշը և այլն, հանդիսանում են ադրբեջանական խոհանոցի տարրեր», մեկ՝ որ «օկուպացված տարածքներում իրականացվել է էթնիկական զտման քաղաքականություն, ցեղասպանություն, ավերվել են պատմամշակութային հազարավոր կոթողներ, ավելի քան մեկ միլիոն ադրբեջանցիներ հայտնվել են փախստականների և հարկադիր վերաբնակների վիճակում»: Պարզունակեցումն այդպիսով հասնում է

---

[93] *«Մեդիատերների օգտագործման»* մեթոդի նպատակն է ազդեցությանը հասնել միջանձնական խոսակցությունների (ասեկոսներ, բամբասանքներ) միջոցով: Մեդիատորների օգտագործումն ու ասեկոսների տարածումը հատկապես կարևոր է կոնֆլիկտի, ճգնաժամի պայմաններում, երբ ասեկոսները դառնում են որոշումների ընդունման տեղեկատվական-հաղորդակցական սպասարկման յուրահատուկ աղբյուր: Մեթոդի առավելությունն այն է, որ անձը չի հասկանում, որ հոգեբանական պատերազմի զոհ է: Նրան թվում է, թե ինչ-որ քայլի է գնում սեփական մտորումների միջոցով: Իրականում անհրաժեշտ գործողության նրան դրդում են մանրամասը մշակված տեղեկատվական հոսքերը: Դրան հասնելու համար հաղորդագրությունը պետք է նախատեսված լինի «կարծիքի առաջնորդի» համար, որտեղից էլ այն կտարածվի անհրաժեշտ լսարանում:

անհեթեթության՝ ուղիղ կապ ստեղծելով քարոզչության և խոհանոցի միջև: Այսպիսի պարզունակեցումը, էականի և երկրորդականի անորոշ սահմանների պարագայում ցանկացած բան և ցանկացած ձևաչափով, որ առնչություն ունի հայերի հետ կամ նարանց կողմից է արվում, անպայման շատ լուրջ է ընդունվում, արժանանում է արագ և անհամազոր հակազդման:

3.4.Ռադիոյի միջոցով տեղեկատվական-հոգեբանական ազդեցությունը

Ռադիոքարոզչությունը ռադիոկայանների հնարավորությունների օգտագործումն է ազգաբնակչության մեծ լսարանի վրա ներազդելու համար: Քարոզչության այս ձևն ունի իր առավելությունները.

ա) ռադիոյին զգայական ազդեցության մեծ հնարավորություն է տալիս ձայնի տոնայնության, իմաստային դադարների, աղմուկի, երաժշտության և այլ միջոցների օգտագործումը,

բ) ռադիոյի միջոցով տեղեկատվություն հաղորդողը և ստացողը գտնվում են ակուստիկ հաղորդակցման վիճակում, ինչը մտերմացնում է նրանց և առաջացնում է «մասնակի պատրանք»,

գ) ռադիոհաղորդում պատրաստելու համար շատ ավելի քիչ ժամանակ է անհրաժեշտ, քան նյութի տպագրության, համացանցում տեղադրելու կամ հեռուստաեթերով հեռարձակելու համար,

դ) ռադիոն կարող է ներառել լսարանի բոլոր շերտերը,

ե) ռադիոհաղորդումները հնարավոր է իրականացնել, երբ կարիք լինի՝ անհրաժեշտ դեպքերում թաքցնել հեռարձակողի ինքնությունը և նպատակները,

զ) համապատասխան քարոզչություն իրականացնելու համար կարող է կիրառվել տարբեր ժանրեր,

է) թերթ կարդալիս կամ հեռուստացույց դիտելիս գրեթե հնարավոր չէ այլ գործով զբաղվել, իսկ ռադիո կարելի է լսել մեքենա վարելիս, քայլելիս, խոհանոցային և այլ աշխատանքների ժամանակ:

Ադրբեջանի ժամանակակից ռադիոն, չնայած իր հզոր մրցակցին՝ հեռոլուստատեսությանը, շարունակում է համարվել առաջատար լրատվամիջոց: Սրա հիմքում առաջին հերթին տեխնոլոգիական զարգացումներն են: Չի կարելի պատկերացնել ադրբեջանական հզոր ռադիոկայաններն առանց արբանյակային կամ համացանցային հեռարձակման: Համացանցային ռադիոյի գոյությունը ռադիոյի ոլորտի վերջին ամենամեծ ձեռքբերումներից է, ինչը թույլ է տալիս փոքրիկ ռադիոկայանին, առանց համեմատաբար մեծ ծախսերի հեռարձակում իրականացնել ամբողջ աշխարհում:

ԱՀ տարածքում ներկայումս գործում է 29 ռադյոկայան և օնլայն ռադո (այդ թվում, 20-ը՝ Բաքվում), որոնցից տեղեկատվական-ժամանցային են՝ 12-ը, արտասահմանյան և տեղական երաժշտության՝ 11-ը, երաժշտական-ժամանցային՝ 6-ը:

Ադրբեջանական ռադիոքարոզչության ծրագրերը, որպես կանոն, բաժանվում են հետևյալ տեսակների.

- *Տեղեկատվական հաղորդումներ:* Դրանք օպերատիվ տեղեկություններ են կարևոր իրադարձությունների, փաստերի կամ երևույթների մասին: Դրանք պատասխանում են հետևյալ հարցերին ՝ ի՞նչ է պատահել, ո՞րտեղ, ե՞րբ, ո՞վ է գործել, ի՞նչպես, ինչու՞, ի՞նչ հետևանքներ է թողել պատահածը: Յուրաքանչյուր տեղեկության հաղորդման տևողությունը չի գերազանցում երկու րոպեն: Տեղեկությունները տրվում են թեմատիկ հավաքածուների տեսքով, օրինակ, «Վերջին լուրեր», «Դրությունը ճակատում» և այլն:
- *Մեկնաբանություններ:* Դրանք հիմնախնդրի իմաստը պարզաբանող մասնագետների դատողություններն են: Մեկնաբանությունների հաղորդման տևողությունը չի գերազանցում 4-6 րոպեն:
- *Ռեպորտաժ:* Ռեպորտաժը դեպքի վայրից ընթացող իրադարձության մասին պատմությունն է: «Ներկայության էֆեկտը» ունկնդրի հոգում առաջացնում է անմիջական վերաբերմունք, եղածին արագորեն արձագանքելու ցանկություն և այդ պատճառով ունի զգայական ներգործության հատուկ ուժ: Ռեպորտաժները տևում են 5 րոպե:

Ադրբեջանում քարոզչական նպատակներով եթեր է արձակվում հայալեզու «Ռադիո Աի FM»[94]-ի և «Ադրբեջանի ձայնը»[95] ռադիոկայանի հայկական ծառայության հաղորդաշարերը: Օգտագործելով ռադիոյի միջոցով իրականացվող հոգեբանական ազդեցության առավելությունները (ինտելեկտուալ և զգայական ազդեցության համատեղելիություն, լսարանի հետ ուղիղ կապ հաստատելու և զանգվածային լսարան գրավելու լայն հնարավորություն, տեղեկատվական հաղորդման մեծ օպերատիվություն, օրվա ժամից կամ եղանակից ռադիոհեռարձակման անկախություն, համապատասխան քարոզչության իրականացման համար տարբեր ժամերի կիրառում, ինչպես նաև այլ գործով զբաղվածության ժամանակ ռադիո ունկնդրելու հնարավորություն) ադրբեջանական քարոզչությունը թիրախային թեմա է դարձրել 1) հայկական պետականությունն ու հայ ժողովրդի պատմությունը, հայերի ծագման ու բնիկության, ինչպես նաև ադրբեջանական պետության կազմավորման, ժողովրդի ծագման և ձևավորման հարցերը, 2) հայոց ցեղասպանության հերքումն ու հանցանքի պրոյեկտումը և «ադրբեջանցիների ցեղասպանություն» իրականացնելու մեջ հայկական կողմին ուղղված մեղադրանքները, 3) հայ ժողովրդի բարոյահոգեբանական նկարագրի և արժեհամակարգի խեղաթյուրումը, 4) ՀՀ-ում և ԼՂՀ-ում առկա ներքին սոցիալ-տնտեսական, քաղաքական խնդիրների շահարկումն ու մտացածին խնդիրների վերագրումը, 5) ՀՀ ԶՈՒ-երի վերաբերյալ ապատեղեկատվության տարածումը:

Ինչպես արդեն նշել ենք ԱՀ տարածքում գործում են նաև արտասահմանյան և տեղական երաժշտության ու երաժշտական-ժամանցային 17 օնլայն ռադիո: Բանն նրանումն է, որ երաժշտությունը շատ մեծ զգայական ազդեցություն ունի: Այն լինում է երկու տեսակ, առաջին՝ երբ երաժշտությունն առաջացնում է ինչ-որ մտքեր, հիշողություններ, զգացմունքներ, երկրորդ՝ երբ մարդ երաժշտությունը լսում է կոնկրետ պահին, ինչի հետևանքով նրա մոտ առաջանում են զգացմունքային տատանումներ: Ձայները մարդու կողմից ընկալվում են որպես երաժշտություն միայն այն դեպքում, երբ այնտեղ կան սիստեմատիկ կրկնվող էլեմենտներ: Կան աղմուկի մի քանի տեսակներ, որոնք առաջացնում են մկանների կծկում: Նման էֆեկտ առաջացնում են հատկապես հարվածային գործիքները: Դրանով է պայմանավորված մարդու ոտքի ավտոմատ շարժումը, երբ նա լսում է պարային երաժշտություն[96]: Ավելին, որոշակի տոնի, հաճախականության և բարձրության պայմաններում՝ պարզունակ, միօրինակ բաբախման ռիթմերը մարդկանց վրա թողնում են հիպնոսացնող ազդեցություն: Երաժշտական ռիթմերի՝ միմյանց որոշակի պարբերությամբ հերթափոխումներն ընդունակ են քայքայել մարդու անհատականությունը, կաթվածահար անել գիտակցությունը և առաջացնել զանգվածային հիստերիա: Այս ամենին քաջատեղյակ են ադրբեջանական մասնագետները և չի բացառվում, որ դրանով է պայմանավորված երաժշտության կիրառումը հակահայկական բնույթի տեքստերի հաղորդման Ժամանակ: Ճիշտ է, երաժշտությունը կարող է դրական հուզականություն ստեղծել լսողի մոտ, սակայն հաճելի հոգեվիճակում մարդը որոշակիորեն կենտրոնանալով երաժշտության վրա, զուգահեռաբար ներկայացվող գաղափարի հանդեպ իր գիտակցական վերահսկողությունը թուլացնում է, ու մեղեդուն զուգահեռ՝ գաղափարը, միտքը ընկալվում է ակամա, ենթագիտակցորեն և երաժշտության միջոցով ինչ-որ բան քարոզելը դառնում է նրշնչման մեխանիզմներից մեկը:

Բացի վերը նշված համացանցային ռադիոկայաններից ադրբեջանում գործում են նաև «ANS CM 102,0 FM»[97], «Ansradio»[98], «Azdaliq Radiosu»[99], «Day Az Radio»[100], «Iradio Azerbaijan»[101], «Media 105,5 FM»[102], «Mix Radio 105.0 FM»[103], «Nakhchivan FM»[104], «Qax FM»[105], «Radio-106 FM»[106], «Radio Antenn 101 FM»[107], «Radio GunAZ»[108], «Star FM 103,0»[109], «Radio NEXT» [110] և այլ օնլայն ռադիոները:

---

[94] http://www.liveonlineradio.net/ru/azerbaijan/radio-hay-fm.htm
[95] http://www.irevanaz.com/index.php?do=cat&category=golos_aze
[96] http://www.vuima.ru/musicinf.html
[97] http://www.liveonlineradio.net/ru/azerbaijan/ans-fm.htm
[98] http://www.liveonlineradio.net/ru/azerbaijan/ans-radio.htm
[99] http://www.liveonlineradio.net/ru/azerbaijan/azadliq-radiosu.htm
[100] http://www.liveonlineradio.net/ru/azerbaijan/day-az-radio.htm
[101] http://www.liveonlineradio.net/ru/azerbaijan/iradio-azerbaijan.htm
[102] http://www.liveonlineradio.net/ru/azerbaijan/media-fm.htm
[103] http://www.liveonlineradio.net/ru/azerbaijan/mix-radio-105-0.htm
[104] http://www.liveonlineradio.net/ru/azerbaijan/nakhchivan-fm.htm
[105] http://www.liveonlineradio.net/ru/azerbaijan/qax-fm.htm

Այսպիսով, ադրբեջանական հեռուստառադիո քարոզչությունն անթաքույց հակահայկական ուղղվածություն ունի, որի թիրախային խմբերում հայտնվել են ոչ միայն սեփական երկրի բնակչությունը, այլև արտասահմանյան լսարանը:

Ադրբեջանական հեռուստաընկերությունների ամենաբարձր վարկանիշ ունեցող հաղորդումները միտված են հանրության մեջ ձևավորել հայերի նկատմաբ ագրեսիվ վարք, ագրեսիվ դիրքորոշման նկատմամբ դրական վերաբերմունք:

«Թշնամի հայի» կերպարի կերտման գործում էական դեր է հատկացվում փաստավավերագրական ֆիլմերին, քանի որ քարոզչությունն առավել հաջողության է հասնում կենտրոնացված, համալիր ազդեցության պարագայում: Այս տեսակետից մեծ է ֆիլմերի դերը նրա լսարանի պատճառով, որն ավելի լայն է, քան ցանկացած ձևաչափի տպագիր արտադրանքի լսարանը:

Ադրբեջանի քարոզչամեքենան պահանջվող էֆեկտին հասնելու համար կիրառում է հոգբանական ազդեցության տեխնիկայի զանազան հնարքներ, օգտագործում է լրատվամիջոցներում տարածված մտավոր պարզեցման, նյութի սահմանափակման և զտման, «գլուխը մտցնող կրկնության» և հուզական ճնշման օրենքները, ինչով բավականին հեշտությամբ կարողանում է հոգեբանորեն ներազդել թիրախային օբյեկտի վրա:

[106] http://www.liveonlineradio.net/ru/azerbaijan/radio-106fm.htm
[107] http://www.liveonlineradio.net/ru/azerbaijan/radio-antenn.htm
[108] http://www.liveonlineradio.net/ru/azerbaijan/radio-gunaz.htm
[109] http://www.liveonlineradio.net/ru/azerbaijan/star-fm-103-0.htm
[110] http://www.liveonlineradio.net/ru/azerbaijan/radio-next.htm

4. ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ-ՀՈԳԵԲԱՆԱԿԱՆ ԳՈՐԾՈՂՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐՆ ԱԴՐԲԵՋԱՆԱԿԱՆ ՀԱՄԱՑԱՆՑՈՒՄ

Ադրբեջանական հանցանցը դարձել է տեղեկատական-քարոզչական հիմնական միջոցներից մեկը՝ զգալի առավելություններ ունենալով ավանդական լրատվամիջոցների համեմատ: Նախ, եթե ավանդական լրատվամիջոցներն առանձնանում են իրենց նեղ ուղղվածությամբ (ռադիոն՝ ձայնային ներազդմամբ, մամուլը՝ տեքստային և մասամբ՝ պատկերային տեղեկատվությամբ, հեռուստատեսությունը՝ պատկերային և տեսաձայնային միջոցներով), ապա համացանցում ներկայացված է վերը նշված միջոցների բոլոր տեսակներով մատուցվող տեղեկատվություն, որոնք համակցված են տարբեր համաչափությամբ: Բացի այդ, համացանցով հնարավոր է շփում հաստատել աշխահի ցանկացած կետում գտնվող ինտերնետային օգտատերերի հետ, մեծ արագությամբ տարածել ցանկացած տեղեկատվություն մեծաթիվ լսարանների համար, ամինջապես տեղադրել սեփական նախաձեռնությամբ պատրաստված տեղեկույթը և դրա շուրջ քննարկում ծավալել:

Ներկայումս ԱՀ-ում գործում է 65 IT ծառայություն, 60 ՎԵԲ ստուդիա, 6 ինտերնետ ակումբ, 111 ինտերնետ պրովայդեր, 66 հոսթինգ (սերվերներում տեղեկատվություն տեղադրելու համար ռեսուրսների տրամադրման ծառայություն), 16 սոֆթ (ծրագրային ապահովում): Ըստ ադրբեջանական աղբյուրների երկրում գրանցված է 24.564 դոմեն (դոմենը կայքի անվանումն է, այսինքն ցանկացած կայք պետք է անուն ունենա, որիմիջոցով մարդիկ կկարողանան գտնել և այցելել այս կամ այն կայքը, բլոգը, ինտերնետ խանութը կազմակերպությունը ինտերնետում), այդ թվում «az» դոմենի տիրույթում գրանցված է 22.843 ինտերնետ-ռեսուրս, կոմերցիոն com.az-ում՝ 1030, կրթական edu.az-ում՝ 246, կազմակերպությունների org.az-ում՝ 118, ցանցային net.az-ում՝ 73, տեղեկատվական info.az-ում՝ 62, միջազգային կազմակերպությունների int.az-ում՝ 39, ֆիզիկական անձանց .pp.az-ում՝ 32, գործարար biz.az-ում՝ 22, անհատական անունների name.az-ում՝ 9, մասնագիտական pro.az-ում՝1, ինչպես նաև պաշտոնական gov.az-ը: Համացանցից օգտվում է ԱՀ բնակչության 40-45 տոկոսը:

Ադրբեջանական համացանցում տարվող հակահայկական տեղեկատվական-հոգեբանական ներազդեցությունն իրականացվում է հարձակողական տեսքով և ընթանում է երեք հիմնական մակարդակում՝ պետական և ոչպետական կազմակերպությունների կայքեր (ինտերնետային կայքեր), ինտերնետային սոցիալական ցանցեր և բլոգներ կամ անհատական կայքեր:

4.1 Ինտերնետային կայքեր

Ինտերնետային կայքը կամ ցանցային կայքը՝տեքստեր, պատկերներ, տեսանյութեր կամ այլ թվային միջոցներ պարունակող փոխկապակցված վեբ-էջերի հավաքածու է: Կայքը սովորաբար տեղակայվում է համացանցում հասանելի առնվազն մեկ սերվերի վրա:

Ըստ Liveinternet-ի հաղորդման, ռեյտինգային առումով, մեկ ամսվա կտրվածքով առաջին տասնյակում են գտնվել Bizimyol.info[111] (2.252.000 այցելու), Oxu.az[112] (1.653.000 այցելու), Day.az[113] (1.483.000 այցելու), Milli.az[114] (1.407.000 այցելու), Ann.az[115] (1.281.000 այցելու), Turbo.az[116] (1.145.000 այցելու), Big.az-Xeberler[117] (930.000 այցելու), ideology.az [118](928.000 այցելու), YeniMusavat[119] (760.000 այցելու), sonxeber.info[120](756.000 այցելու) կայքերը, որոնք առանձին հաղորդամներով, հոդվածներով ու մեկնաբանություններով կա՛մ ուղղակի հակահայկական քարոզչության նպատակ են հետապնդել, կա՛մ էլ, այլ տիպի տեղեկատվության հետ մեկտեղ, մատուցել են հակահայկական շեշտադրումներով և «օբյեկտիվության» պատրանք ստեղծող նյութեր:

---

[111] http://www.bizimyol.info/
[112] http://ru.oxu.az/
[113] http://news.day.az/topnews/
[114] http://www.milli.az/
[115] http://ann.az/ru/
[116] http://ru.turbo.az/
[117] http://wap.big.az/bigcms.php
[118] http://www.ideology.az/
[119] http://www. musavat.com/
[120] http://sonxeber.info/

ԱՀ համացանցում, առանձին կայքերով ներկայացվում է նաև զինված ուժերում տեղի ունեցած անցուդարձը: Այսպես, mod.gov.az[121] ԱՀ ՊՆ կայքում բացի ամենօրյա ռազմաքաղաքական նորություններից «Հիշողություն» բաժնում անընդարձ է կատարվում «Հայաստանի ագրեսիային», «Ղարաբաղի և Երևանի պատմությանը», «հունվարի 20»-ի դեպքերին, «Խոջալուի և մարտի 31-ին ադրբեջանցիների ցեղասպանությանը», իսկ AzeriDefens.com[122] կայքում, բացի ԱՀ ԶՈՒ արդյունաբերական, ավիացիոն-տիեզերական, ականազերծման, ցուցահանդեսներ բաժիններից հակահայկական ուղղվածությամբ են ներկայացված «պաշտպանություն» և «վերլուծություն» բաժինները: Առանձնահատուկ տեղ է զբաղեցնում Alievsvictims.neme[123] կայքը, որն ամբողջովին նվիրված է ԶՈՒ-ին: Այստեղ ներառված են հետևյալ կատեգորյաները. «վերլուծություն», «ամենաթողություն» (որի ենթաբաժիններից են «դեռվշչինան», «բռնաբարությունները», «ստրկությունը», «մարդու ներքին օրգանների առևտուրը»), «խրոխտանք» (бравада), «վետերաններ», «գերիներ», «սպառազինություն», «դասալքություն», «ապատեղեկատվություն», «օրենք», «հաշմանդամներ», «մեկնաբանություններ», «կոռուպցիա», «մոնիթորինգ», «հրադադարի ռեժիմի խախտում», «ոչ մարտական կորուստներ» (որի ենթաբաժիններից են «ավտովթարները», «հիվանդությունները», «դժբախտ պատահարները», «ոչ կանոնադրային հարաբերությունները», «ինքնասպանությունները», «սպանությունները»), «նորություններ», «ժխտում», «հաշվետվություն և տեսություն», «օֆիցիոզ», «խուճապ», «զորակոչ», «համագործակցություն», «ստատիստիկա», «զորավարժություններ»: Սակայն զավեշտականն այն է, որ բանակում առկա հանցավորության ու կոռուպցիայի մասին հիմնականում խոսվում է միայն 3-4 տարվա վաղեմություն ունեցող աղմկահարույց դեպքերից, իսկ ներկայիս իրավիճակի մասին կայքը լռում է, կարծես «ապացուցելով», որ ԱՀ ԶՈՒ-ում կարգուկանոնը հաստատվել է վաղուց:

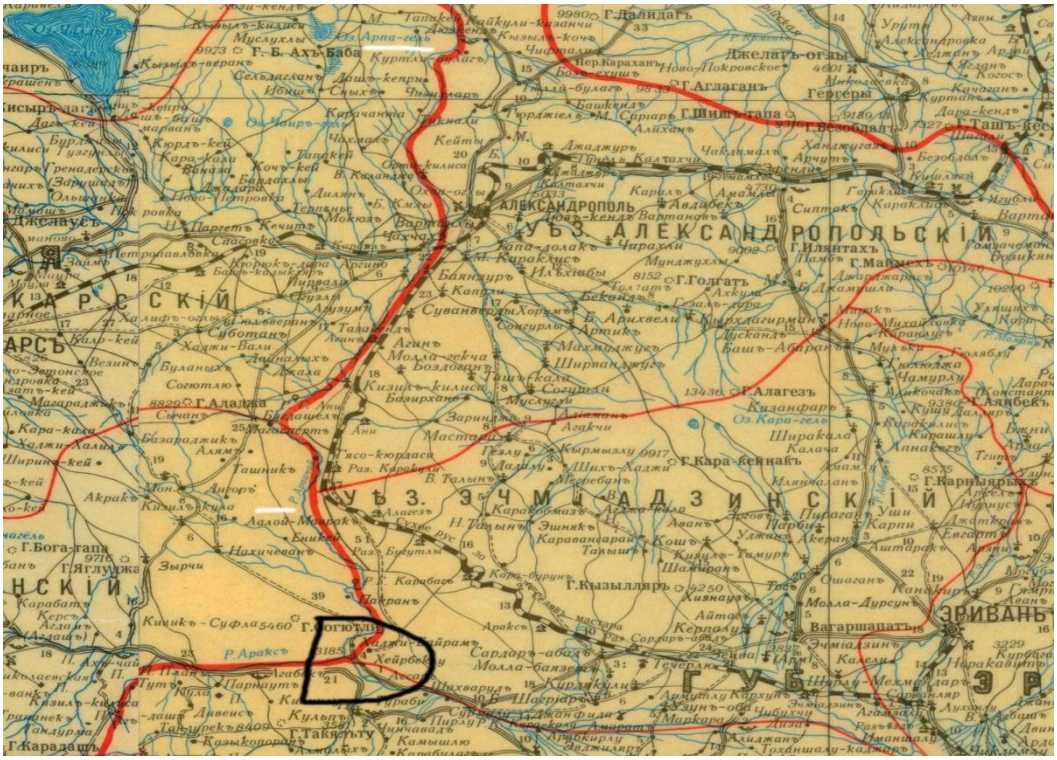
Որոշ ադրբեջանական կայքերում օգտագործվում են հայկական խորհրդանիշերը և պատկերանշանները՝ դրանք անվանելով «ադրբեջանական», կամ էլ փորձում են հիմնավորել տարածաշրջանում ադրբեջանցիների բնիկությունն ու հայերի եկվորությունը: Դրանցից են ադրբեջանական karabakhinfo.com[124], 1905.az[125], azerbaijan.az,[126] irevanaz.com[127], armenia.az[128] կայքերը, որոնց թեմատիկան է՝ «հայկական ահաբեկչությունը», «հայերի կողմից ադրբեջանցիների ցեղասպանությունը», «հայկական ագրեսիան», «հումանիտար ճգնաժամը», «ադրբեջանցի փախստականները» և այլն: Օրինակ, azerbaijan.az կայքում ղարաբաղյան հակամարտության արծարծումն ունի հակահայկական քարոզչության համար տիպական կառուցվածք, որի ենթամասերն են «հակամարտության սկիզբը», «Ադրբեջանի դեմ չհայտարարված պատերազմը», «Ադրբեջանի տարածքների օկուպացումը», «Հայաստանի անօրինական գործողություններն Ադրբեջանից զավթված տարածքներում», «հայկական ագրեսիայի հետևանքները», «հակամարտության կարգավորման գործընթացը», «ֆոտոալբոմ»:

1905.az, turkist.tk[129] (անկախ թուրքընկերակցության ռուսալեզու կայքէջ), rizvanhusseynov.com[130] և այլ կայքէջերում բացի տեքստային նյութերից առկա են նաև պատկերայինը, որոնք կոչված են առավել արդյունավետ ազդեցություն թողնել այցելուների վրա: Այսպես, նշված կայքերում ներկայացված են նորաստեղծ քարտեզներ, որոնց մի մասում Արևելյան Հայաստանն ու Արցախն առհասարակ բացակայում են տարածաշրջանի պատկերից (նկ.7), մյուսներում ներկայացված են անվանափոխված կամ այլ աշխարհագրական սահմաններում (նկ.8):

---

[121] http://www mod.gov.az//
[122] http://az.azeridefence.com/
[123] http://aliyevsvictims.name/
[124] http://karabakhinfo.com/
[125] http://1905.az/hy
[126] http://azerbaijan.az//
[127] http://irevanaz.com/
[128] http://www.armenia.az/
[129] turkish. org/2014/03/sakha-crimea. Html
[130] http://www.rizvanhuseynov.com/

Նկ. 7



Նկ. 8

ԼՂՀ թեմային նվիրված՝ հակահայ բովանդակությամբ կայքերից է iravan.com[131] կայքը, որտեղ ներկայացվում է ներկայիս Հայաստանի՝ պատմական ադրբեջանական տարածք լինելու մասին բազմաբովանդակ տեղեկատվություն: Առանձին ներկայացված են Հայաստանի այն տեղանունները, որոնք ունեն ադրբեջանա-թուրքական ծագում և հայացվել են՝ Համամլու (Սպիտակ), Չոմբուրուք (Ճամբարակ), Աղբուլաղ (Լուսաղբյուր) և այլն: Նշված են հանրագիտարանի տեղեկություններն այս քաղաքաների և բնակավայրերի հիմնադրման, բնակչության թվի աճի, տեղանունների փոփոխության տարեթվերի մասին: Նորություն է նաև այն, որ կայքում տեղակայված է Արարատ լեռան պատկերը՝ որպես Արևելյան Հայաստանի հանդեպ ադրբեջանցիների «նոստալգիայի» խորհրդանիշ: Իսկ

[131] http://www.iravan.com/arm/articles/home

irevanaz.com[132] կայքէջը ադրբեջանական կողմի ակտիվացման ամենացցուց վկայություններից է: Այն հայերեն լեզվով ադրբեջանական կայք է, որտեղ Բաքուն տեղակայում է քարոզչական բնույթի նյութեր, լուրեր և ապատեղեկատվություն, վերլուծականներ, պատմական ակնարկներ և այլն: Նշենք նաև, որ վերանշյալ կայքէջն ունի բավական բարձրորակ և գրագետ շարադրանք: Լեզվական խոտան, սայթաքումներ ու տառասխալներ թեև կան, բայց դրանք շատ չեն: Պետք է ենթադրել, որ վերջինիս պատրաստման վարա աշխատում են նախկին հայաստաբնակ ադրբեջանցիներ, ովքեր տիրապետում են հայերենին: Կայքէջը միանշանակ պատրաստված է ադրբեջանական «պետպատվերով»:

Հաջորդ հակահայկական կայքերից է karabakh.co.uk[133]-ը, որը հիմնադրվել է «Լոնդոնի ադրբեջանական համայնք» կազմակերպության կողմից: Այն ևս ունի պատմական ակնարկի, լուսանկարների, աուդիոձայնագրությունների, տեղեկությունների և վերջինիս խառնված ապատեղեկատվության բաժիններ: Այս կայքում անդրադարձ է կատարվում նաև ԼՂՀ ադրբեջանցի ռազմական գործիչներին: Ծնունդով արցախցի ադրբեջանցի ռազմական գործիչների ցանկը սահմանափակվում է հինգ անուններով, որոնցից երեքը ուշ միջնադարի ժամանակաշրջանից են, իսկ երկուսը՝ խորհրդային գործիչներ են (գնդապետ Ասլան Վեզիրով և գեներալ Խալիլ Մամեդով):

Խոջալիի «ցեղասպանության » թեմային է նվիրված khojaly.org.az[134] կայքը, որտեղ տեղակայված են լուսանկարներ, փաստաթղթեր, վկայություններ, որոնք անդրադառնում են ոչ միայն «Խոջալիի ցեղասպանությանը», այլև «ադրբեջանցի ազգի դեմ ցեղասպանական այլ գործողություններին»: Սակայն այս կայքը այնքան էլ մասսայական չէ. ամսական կտրվացքով այցելուների թիվը չի գերազանցում 250-300 հոգի, իսկ դիտարկումներով՝ 300-ը:

Հակահայկական քարոզչություն է իրականացվում նաև Wikipedia.org[135] հանրաճանաչ հանրագիտարանային կայքէջում, որտեղ, օրինակ, տրված է Խոջալուի իրադարձությունների միայն ադրբեջանամետ դիքորոշումը:

Ադրբեջանական քարոզչության մեթոդներից է սուբյեկտիվ կարծիքների հիմնավորումն օբյեկտիվ աղբյուրներով: Որոշ կայքերում ղարաբաղյան հակամարտությունը ներկայացված է որպես գիտական ուսումնասիրությունների ամբողջություն՝ դրանով իսկ հակահայկական քարոզչական նյութին հաղորդելով «գիտական օբյեկտիվության» կեղծ պատկեր: Տեղեկատվական-հոգեբանական ներգործությունը դրսևորվում է նաև նրանում, որ հաճախ ադրբեջանական կայքերում արտահայտվում են հակահայկական կարծիքներ, որոնք իբր թե ասվել են հայ քաղաքական գործիչների, գրողների, պատմաբանների, լրագրողների կողմից: Տպավորություն է ստեղծվում, որ եթե հանրաճանաչ անձը համաձայն է ադրբեջանական տեսակետի հետ, ապա այդ տեսակետը, ըստ հայ ունկնդրի, իրոք նպատակահարմար է, կամ էլ նշված անձը դավաճան է կամ պարզապես անգրագետ: Քարոզչության այս մեթոդի օգտագործման դեպքում ադրբեջանական և արտասահմանյան լսարանի մի մասի համար ամրապնդվում է այն համոզմունքը, թե «նույնիսկ հայերն են ստիպված համաձայնելու ադրբեջանական դիրքորոշման արդարացիության հետ»: Իրականում, նման տեղեկատվության մեջ նշվող հայ գործիչները կա՛մ առհասարակ գոյություն չունեն, կա՛մ էլ նման կարծիք երբևիցե չեն հայտնել:

Որպես կանոն, հակահայկական ադրբեջանական կայքերը գործում են տարբեր լեզուներով և պարտադիր նշում են, որ «մեր մասնագետների ու փորձագետների պատրաստած նյութերը հիմնված են անհերքելի փաստերի ու փաստարկումների վրա: Այս նյութերը նախատեսված են տարածաշրջանի հիմնահարցերով զբաղվող մասնագետների լայն շրջանակների համար»: Այսպես, 1905.az[136] կայքը գործում է 12 լեզուներով (ադրբեջաներեն, գերմաներեն, արաբերեն, չիներեն, հայերեն, պարսկերեն, անգլերեն, ռուսերեն, ֆրանսերեն, իսպաներեն, վրացերեն, թուրքերեն), karabakhinfo.com[137]-ը՝ 10 լեզուներով (ադրբեջաներեն, անգլերեն, ռուսերեն, թուրքերեն, հայերեն,գերմաներեն, ֆրանսերեն, իսպաներեն, իտալերեն, արաբերեն),

---

[132] http://irevanaz.com/
[133] http://www.karabakh.co.uk/
[134] http://www.khojaly.org.az/
[135] https://ru.wikipedia.org/wiki/
[136] http://1905.az/hy
[137] http://karabakhinfo.com/

irevanaz.com-ը և armenia.az[138]-ը՝ ռուսերեն և հայերեն: Բացի այդ, ադրբեջանական նման քարոզչությունը գործում է արտերկրի, հիմնականում, թուրքերի կայքէջերի միջոցով:

4.2 Բլոգներ և անհատական կայքեր

Բլոգը՝ իրադարձությունների ցանցային մատյան կամ օրագիր է, որի հիմնական բովանդակությունը պարբերաբար թարմացվող գրառումներ են, որոնք պարունակում են տեքստ, պատկերներ կամ մուլտիմեդիա: Բլոգներին բնորոշ են տվյալ ժամանակահատվածում ակտուալ գրառումները, որոնք դասավորվում են հակառակ ժամանակագրական դասավորությամբ (վերջին գրառումը սկզբում): Բլոգը տարբերվում է նրանով, որ, սովորաբար, հասարակական է և նախատեսում է կողմնակի ընթերցողներ, որոնք կարող են հրապարակային բանավեճի մեջ մտնել հեղինակի հետ՝ բլոգային գրառմանն արած մեկնաբանությունների, կամ սեփական բլոգային գրառումների միջոցով:

Ադրբեջանական բլոգոլորտը տարանջատվում է *ըստ հեղինակաների՝* անհատական, կոլեկտիվ և կորպորատիվ բլոգների, *ըստ բովանդակության* տեսակների՝ տեքստային և երաժշտական բլոգների, ֆոտոբլոգների, բլոգկաստինգների և վիդեոբլոգների, *ըստ տեխնիկական հիմքի՝* առանձին հոստինգների վրա կառուցվող բլոգների, պլատֆորմային բլոգների և մոբիլբլոգների (բջջային հեռախոսների միջոցով):

Ըստ հանրաճանաչ բլոգեր Թեմուր Ագիրովի (մոսկովյան կազմակերպությունների վեբ-նախագծերի առաջատար մշակող) տվյալների, ներկայումս գործում են 199 ադերբեջանական բլոգներ (որոնցից 60-ն ակտիվ), բլոգերների միջին տարիքը՝ 35 տարեկան: Բլոգոլորտում մեկ տարվա ընթացքում կատարվել է 144.043 գրառում, ստացվել է 1.170.216 մեկնաբանություն: Գրառումների քանակով առաջատարների թվին են դասվում fatih_irevanli[139] (6251) և ngasanova[140] (4428) բլոգները, ստացված մեկնաբանությունների քանակով՝ stalic[141] (138.937) և bagirov[142] (60.856) բլոգները, ուղղարկված մեկնաբանությունների քանակով nikoleta[143] (46.085) և fatih_irevanli[144] (34.617) բլոգները:

Որպես կանոն, ադրբեջանական բլոգները պատկանում են ուսանողների, տարբեր բնագավառների աշխատողների, համակարգչային տեխնոլոգիաների մասնագետների, քաղաքական գործիչների: Նրանց կողմից իրականացվող հակահայկական քարոզչությունը մի կողմից տարբերվում է պաշտոնական կայքերի բովանդակությունից և ձևից, մյուս կողմից՝ լրացնում է այն սահմանափակումները, որոնցից պաշտոնական կայքը համապատասխան կազմակերպության կանոնակարգի պատճառով դուրս գալ չի կարող: Այս առումով կարելի է նկատել, որ ադրբեջանական բլոգոլորտում իրականացվող հակահայ քարոզչությունն էլ ավելի անզուսպ է, քան պաշտոնական ադրբեջանական կայքէջերում: Ասվածի վառ ապացույց է հանդիսանում istiglal.com[145] ռազմավերլուծական բլոգը (հեղինակային առումով կոլեկտիվ բլոգ է, որի այցելուների թիվը 2015թ. տվյալներով կազմել է 246.000), որը բաղկացած է «նորություններ», «վերլուծություն», «բլինդաժ», «թշնամու որջում», «սպառազինություն», «պատմություն», «քննադատություն», «ծխարան», «շտաբ» բաժիններից: Այս բլոգն աչքի է ընկնում ծայրահեղ ագրեսիվ, չարությամբ լեցուն և վարքաբեկող գրառումներով, օրինակ, «թշնամու որջում» բաժնում կատարվել են հետևյալ վերտառությամբ գրառումները.*«Собаке собачья смерть…и такие же похороны»*, *«Бабский праздник в Цицернакаберде»* (նկ.9), իսկ «ծխարան» բաժնում՝*«Так будет с каждым!»* (նկ.10), *«Армянский солдат, пораскинул мозгами!»* (նկ.11), գրառումները, որոնք ուղեկցվել է լուսանկարներով և *«… если мы не будем это показывать, то а) армянские матери будут думать, что война выглидит так как им рассказывает о ней Сейран Оганян, и б) контора Арцруна Ованнесяна решит выдать это фото за азербайджанского военнослужащего.», «К сожелению или к счастью у нас на сайте нет раздела посвященному юмору. Но данный материал хотелось бы разместить именно там»* մեկնաբանություններով:

---

[138] http://www.armenia.az/
[139] http://fatih_irevanli.livejournal.com/
[140] http://ngasanova.livejournal.com/
[141] http://stalic.livejournal.com/
[142] http://bagirov.livejournal.com/
[143] http://nikoleta3.livejournal.com/
[144] http://fatih_irevanli.livejournal.com/
[145] http://istiglal.com/

Նկ.9

Ն.10

Նկ.11

Սակայն ադրբեջանական բլոգոլորտն ունի մեկ ընդհանուր թերություն: Լինելով առանձին անհատների կամ կոլեկտիվների ստեղծագործական մոտեցման և նախաձեռնության արդյունք՝ դրանք հենց այդպես էլ ընդունվում են համացանցի հանրույթի կողմից, այսինքն՝ որպես նեղ անհատական շահեր հետապնդող, սուբյեկտիվ կարծիքներ արտահայտող այլընտրանքային տեղեկատվական միջոց, որի ստուգելիությունը տվյալ անհատի խղճի և ազնվության խնդիրն է: Ուստի, բլոգոլորտը ընկալվում է որպես ոչ հավաստի, բայց քարոզչական առումով՝ հարմարավետ միջոց:

4.3 Ինտերնետային սոցիալական ցանցեր

Սոցիալական ցանցերն ընդհանոր հետաքրքրություններ ունեցող մարդկանց վիրտուալ համայնքներ են: Օգտվողներն այդ ցանցերում շփվելու և ինքնահաստատվելու հնարավորություն են ստանում հաղորդակցական տարբեր գործիքների միջոցով:

Սոցիալական ցանցերում առկա են նաև շահերի բազմաթիվ խմբեր, որոնք ստեղծված են քարոզելու այս կամ այն հակամարտության պայմաններում թշնամու բացասական կերպարը, տարածելու այն ցանցերի տասնյակ հազարավոր օգտատերերի շարքերում, դրանով իսկ՝ ներազդելու հասարակության ընկալումների վրա: Նման քարոզչությունը, օգտվելով տեղեկատվության անստուգելիությունից, հաճախ պարունակում է խեղաթյուրված փաստեր և կեղծված տվյալներ, որոնց օգնությամբ շահերի խմբերի անդամները փորձում են իրենց կողմը գրավել հազարավոր օգտատերերի: Այսպես, Facebook.com սոցիալական ցանցում, որտեղ, 2015թ. հունվարի տվյալներով, ադրբեջանցի օգտատերերի թիվը

գերազանցում է 1.460.000 (այդ թվում արական սեռի ներկայացուցիչները կազմում են օգտատերերի երկու երրորդը, իսկ 18-24 տարեկանների թիվը կազմում է ուղիղ կեսը), առկա են նրանց կողմից ստեղծված և համալրվող տասնյակ շահերի խմբեր, որոնք հակահայկական քարոզչություն են վարում: Օրինակ, Լեյլա Ալիևի կողմից ստեղծվել է Justice for Khojaly Campaign[146] («Արդարություն Խոջալուի արշավին») շահերի խումբը, որը քարոզում է Խոջալուի բնակիչների՝ իբր հայերի կողմից ցեղասպանված լինելու հանգամանքը և արդարության պահանջի կոչ է արվում: Խումբն ունի մոտ 46.000 համախոհ:

Հաջորդ սոցիալական ցանցը, որտեղ ադրբեջանցիները հակահայկական քարոզչություն են վարում՝Vk.com-ն է: Alexa Internet-ի 2014թ. տվյալներով Ադրբեջանը 895.000 բաժանորդներով զբաղեցնում է 13-րդ տեղը: Այստեղ նույնպես ստեղծված են շահերի բազմաթիվ խմբեր: Առավել հայտնիներից են vk.com/Azebayjan_online[147] (83.328 գրառում), vk.com/qanliyanvar[148] (70.000 գրառում), vk.com/karabakh_azebaycan[149] (38.412 գրառում), vk.com/azerbaycanlilar[150] (29.897 գրառում) vk.com/Azebayjan_public[151] (28.794 գրառում), vk.com/military_az[152] (16.127 գրառում), vk.com/karabakharchive[153] (4007 գրառում), vk.com/ antiarmeni[154] և այլն: Նշված ռեսուրսներից ագրեսիվ հակահայկական ուղղվածություն ունեն karabakh_azebaycan, military_az, kojali, karabakharchive և antiarmeni էջերի գրառումները, որոնք բոլորն էլ պարտադիր ուղեկցվում են լուսանկարներով: Օրինակ, «В сессии ПАСЕ в Страсбурге, которая начнется 25 января, будут выслушаны доклады об армянском терроризме на территориях Азербайджана» (նկ.12), «Ботаник Шаварш Кочарян снова порадовал армя нновыми «перлами»» (նկ.13), «Геноцид азербайджанцев Ходжалы» (նկ.14), «Список уничтоженных солдат Вооруженных Сил Армении. С новым годом» (նկ.15), «Армяни всегда были слабыми, бить в спину и гордиться этим это должно быть позором а не гордостью вот кто армяни» (նկ.16), «Село Вазгенашен находится в 15 км от прифронтовой зоны. Как можно было попасть в жителя со снайперской винтовки, с такого растояния? Такие сказки могут сочинить только армяне» (նկ.17):

Նկ.12

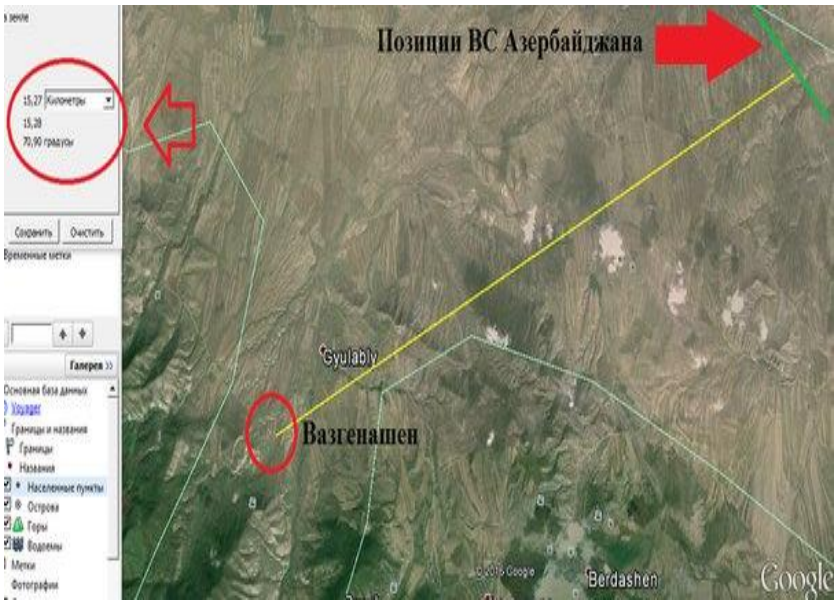
Նկ.13

[146] https://www.facebook.com/JFKCampaign/
[147] http://vk.com/azerbaycan
[148] http://vk.com/qanliyanvar
[149] https://vk.com/karabakh_azerbaycan
[150] http://vk.com/azerbaycanlilar
[151] http://vk.com/azerbaijan_public
[152] http://vk.com/military_az
[153] https://vk.com/karabakharchive
[154] http://vk.com/antiarmyan

Նկ.14

Նկ. 15

Նկ. 15



Նկ. 16

Մյուս հարթակն ադրբեջանական Twitter (aztwi.com) տիրույթն է: Այստեղ գրանցված է 6132 թվիթերյան էջ: Ազգային սեգմենտում առավել հանրաճանաչ է Ի.Ալիևի էջը, որին բաժանորդագրված են 189.000 ընթերցող: Երկրորդ տեղը զբաղեցնում է «Ազերսելը»՝ 87.101 ընթերցողով, երրորդը՝ Սևիլ Ալիևան 86.417 ընթերցողով: Սակայն ըստ հավանությունների ցուցանիշների, առաջին եռյակում են գտնվում Հ.Ասկերովան @XadijaA (33.700 հավանություն), Քեմալը @KemaleN2 (22.400 հավանություն) և Էսմիրան @wrong_namber (14.200 հավանություն): Հակահայկական ուղղվածությամբ աչքի են ընկել @AZEaz[155] և @Kelbajar[156] թվիթերյան էջերն իրենց «Кадры массированного удара ВС Азербайджана по армянским позициям. Оккупантам был нанесен серьезный урон, уничтожены вражеские укрепления.», «Армянские сепаратисты жестоко убивали тех кого видели на пути своем, и неважно женщины, дети или старики…» գրառումներով և լուսանկարներով (նկ. 17 և 18):

Ինչ վերաբերվում է այլ սոցիալական ցանցերին, ապա այստեղ ուժեղ դիրքեր ունի Odnoklassniki.ru սոցիալական ցանցը, որի ադրբեջանական ակտիվ լսարանը շաբաթական կազմում է մոտավորապես 970.000 օգտատեր: MoiMir@Mail.ru, email@Mail.ru ցանցերում հաճախելիությունը կազմել է շաբաթական 1.140.000 այցելու, իսկ Youtube այցելողների և տեսանյութեր ներբեռնողների քանակն անցյալ տարվա նույն ժամանակահատվածի համեմատ ավելացել է 30,54 տոկոսով:

[155] https://twitter.com/wwwazeaz
[156] https://twitter.com/kelbajar

Գրաքննությունը ներթափանցել է նաև համացանց: Բանն այն է, որ ադրբեջանիցի օգտատերերը դեռևս չեն կարողանում օգտվել հայտնի «tinsohbeti.com»[157] կայքից, որտեղ երգիծական հոդվածներ, լուսանկարներ և տեսանյութեր էին տեղադրվում: Ավելին, 2009 թվականից ագելափակման հետևանքով նյութեր չեն տեղադրվում «shiraslan.info»[158] քաղաքական, իսկ 2007 թվականից՝ «susmayaq.biz»[159] կայքերում, որտեղ տեղադրվում էին քաղաքացիների կողմից նախագահին հասցեագրված բողոք-նամակները:

Նկ.17

Նկ.18

Այսպիսով, Ադրբեջանն իրականացնում է հարձակողական հակահայկական տեղեկատվական պատերազմ, որի նպատակներից են՝ ադրբեջանական ինքնության կերտումն ու ամրապնդումը, աշխարհում Ադրբեջանի դրական կերպարի ստեղծումը, տարբեր միջազգային կառույցներին անդամակցման միջոցով սեփական ռազմավարական շահերի պաշտպանությունն ու այդ կազմակերպությունների օգտագործումը հակահայկական քարոզչության վարման և միջազգային հանրության շրջանում հակահայկական տրամադրությունների ձևավորման ուղղությամբ:

[157] http://www.tinsohbeti.com/
[158] http://www.shiraslan.info/
[159] http://www.susmayaq.biz/

5. ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ-ՀՈԳԵԲԱՆԱԿԱՆ ԱԶԴԵՑՈՒԹՅՈՒՆԸ ԾԱՂՐԱՆԿԱՐՆԵՐԻ ՄԻՋՈՑՈՎ

Տեղեկատվական-հոգեբանական ազդեցության ոլորտում, սոցիալ-հոգեբանական դրքորոշումներ ձևավորելու նպատակով, ադրբեջանական մեդիա-դաշտում առանձնահատուկ տեղ է հատկացվել քարոզչական բնույթի ***ծաղրանկարներին (карикатура)***:

Ծաղրանկարների միջոցով ներգործությունը քարոզչություն է զգայական լիցք կրող դիտողական միջոցների օգնությամբ: Քարոզչական այլ ձևերի համեմատությամբ ծաղրանկարներով քարոզչությունն ունի մի շարք առավելություններ:

1) Այն հիմնվում է էֆեկտի բազմակի ներգործության վրա: Դիտողական միջոցների նմանօրինակ ներգործությունը հնարավորություն է տալիս հիշողության մեջ ամրապնդել տվյալ նյութը և հեշտացնել նրա յուրացումը:
2) Ծաղրանկարները ներազդում են տեսողական զգայարանների միջոցով: Այն, ինչ որ տեսնում է մարդը իր աչքով, այլևս տարակուսանք չի առաջացնում և արագորեն ընկալվում է որպես իրականություն:
3) Ծաղրանկարներն ազդում են ինչպես գիտակցության, այնպես էլ ենթագիտակցության վրա: Ծաղրանկարներով նպատակաուղղված քարոզչություն իրականացնելու համար անհրաժեշտ է ճիշտ պատկերացում ունենալ նրա առարկայի, օգտագործվող խորհրդանիշների և գունային լուծումների մասին: Առարկան հանդես է գալիս որպես տեսողական ներգործության բովանդակության կապակցող տարր:

Չափահաս մարդկանց ուշադրությունը գրավող առարկաների միջին թիվը տատանվում է 7 ± 1 թվի միջև: Սա նշանակում է, որ մարդը կարող է միաժամանակ ճիշտ նույնացնել միայն 7 ± 1 առարկա: Հետևաբար, արտահայտչական միջոցներում չի կարելի օգտագործել ավելի քան 7 ± 1 առարկա:

Խորհրդանիշները առաջացնում են ուժգին զգացմունքներ, որոնք առնչված են որոշակի պատկերների իրադարձությունների կամ գործողությունների հետ:

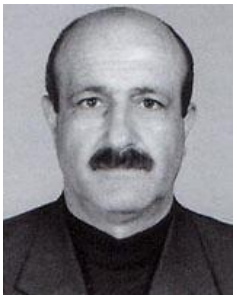
Գույնն օգտագործում են, որպեսզի զգացմունքայնորեն լրացնեն պատկերի բովանդակությունը: Գույնի սխալ ընտրությունն առաջացնում է աններդաշնակություն, որն էլ բացասաբար է անդրադառնում ընկալման վրա:

5.1. Ռազմական ոլորտին վերաբերվող ծաղրանկարներ

Ռազմական ոլորտին բնորոշ ծաղրանկարները քննադատական հստակ գաղափարների նպատակաուղղվածություն ունեն, որոնք հաճախ զուգորդվում են հարակից մեկնաբանություններով: Այս առումով ադրբեջանցի ծաղրանկարիչները դիմել են *գռոտեսկի ոճին*, այսինքն հիմնվել են երևակայականի, տգեղի, ողբերգականի, հրեշավոր պատկերների միջոցով հոգում սարսափ ու զայրույթ առաջացնելու արտառոց զուգորդման վրա: Այսպես, ռազմական թեմատիկայով նկարիչ Վագիֆ ՈՒջատայը[160] «Մարդակեր Կարինե Հարությանը ուտում է կալանավորներին» (նկ.19) (նկարի կենտրենական մասում պատկերված է գիշատչի ատամներով, արնաշաղաղ բերանով, գլխավերևում ադբեջանցու անդամահատված աջ ձեռքը պահած մի կին, որը մարդակերությունից հաճույք է զգում), «Հայկական ֆուտբոլ» (նկ.20) (նկարում պատկերված են չորս տղամարդ, ովքեր անդամահատված գլուխներով ֆուտբոլ են խաղում), «Ադրբեջանցի գերու գազանային խոշտանգում» (նկ.21) (նկարում պատկերված է շրջան կազմած չորս տղամարդ, ովքեր արյունոտված փայտերով ծեծում են շրջանի ներսում գտնվող գերված ադրբեջանցուն) գրաֆիկական նկարներով հեղինակը փորձել է ժամանակին ադրբեջանցիների կողմից կատարված գազանություններն ու վայրագությունները, անմարդկային խոշտանգումներն ու դաժանությունները վերագրել հայկական կողմին: Գծանկարներն առավել ազդեցիկ դարձնելու նպատակով ՈՒջատայը նկարների կենտրոնական մասում կիրառել է կարմիր գույնը, ինչն աչք զարնող գույն է, որն ասոցացվում է մի կողմից ուժի, պատերազմի և վտանգի հետ, հիշողության տեսանկյունից այն երկար ժամանակ պահպանվում է մտապատկերում, մյուս կողմից բուռն զգացմունքներ է առաջացնում ակտիվացնելով մարդու նյութափոխանակությունը, արագացնում է շնչառությունը և բարձրացնում է արյան ճնշումը: Կարևոր ներազդեցություն ունեն նաև գծանկարների

[160] https://www.google.ru/interstitial?url=http://www.cartoonia.ru/ru/node/3064

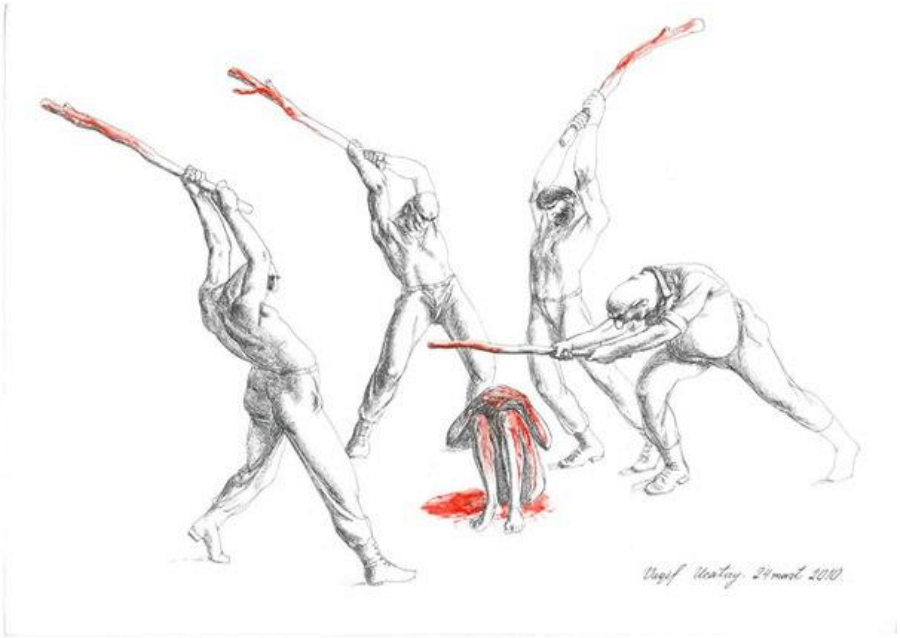
մեկնաբանությունները, որոնք միտումնավոր հայերին ներկայացնում են որպես «հրեշներ, իսկ Հայաստանը «ոճիրների ունակ երկիր»: Օրինակ, «Հայկական ֆուտբոլ» նկարը մեկնաբանվել է հետևյալ կերպ՝ «կտրված գլուխներով ֆուտբոլ խաղալու մտահղացումը յուրահատուկ է միայն հայերին: Նկարվել է Ազգային բանակի զինծառայող Սամիրի պատմածի համաձայն, ով գերության մեջ ստիպված էր քարշ տալ ադրբեջանցիների կտրված գլուխները» կամ «Ադրբեջանցի գերու գազանային խոշտանգում» նկարը մեկնաբանվել է, որ «սա գերիներին պատժելու ամենափափուկ պատժամիջոցն է» և այլն:



Վազիֆ Ուրջատայը 1978 թ. ավարտել է Ադրբեջանի պետական գեղարվեստական ուսումնարանը, իսկ 1987թ.՝ Սանկտ-Պերբուրգի Ռեպինի անվան գեղարվեստի ակադեմիան: 1990թ սկսած լրջորեն զբաղվում է ծաղրանկարներով: Հանդիսանում է Ծաղրանկարիչների կազմակերպության միջազգային ֆեդերացիայի (FECO) անդամ:

Նկ.19

Նկ.20

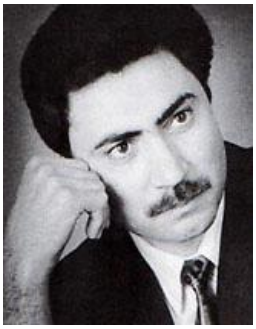


Նկ. 21

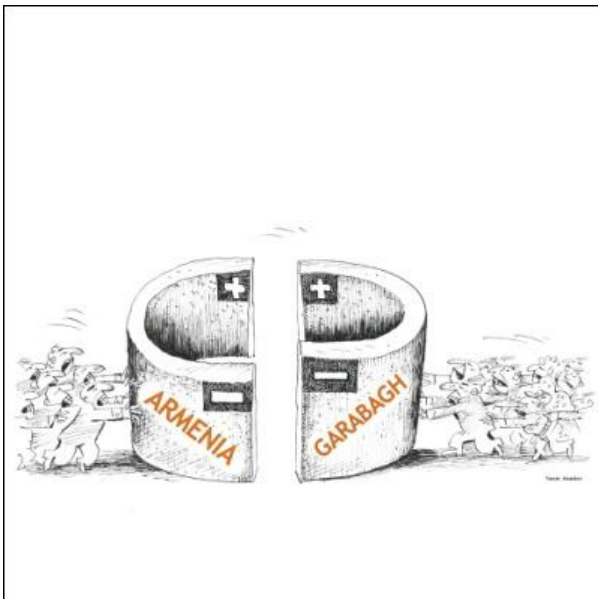
5.2. Արտաքին քաղաքականության ոլորտին վերաբերվող ծաղրանկարներ

Պատկերավոր միջոցներով հակահայկական տեղեկատվական-հոգեբանական ազդեցությունը դրսևորվել է նաև *քաղաքական ծաղրանկարների* տարածումով: Քաղաքական ծաղրանկարները լայն առումով այն պատկերներն են, ուր գիտակցաբար ստեղծվում է կոմիկական էֆեկտ (որպես կանոն, զուգակցվում են իրականն ու երևակայականը, չափազանցվում կամ սրվում է մարդու կամ ինչ-որ երևութի տիպական գծերը, օգտագործվում անսպասելի զուգորդումներ ու նմանացումներ), ինչը հնարավորություն է տալիս հիշողության մեջ ամրապնդել նյութը: Քարոզչական այլ ձևերի համեմատությամբ քաղաքական ծաղրանկարներն ունեն մի շարք առավելություններ. նախ՝ դրանք ներազդում են տեսողական զգայարանների միջոցով, այսինքն այն, ինչ տեսնում է մարդն իր աչքով, այլևս տարակուսանք չի առաջացնում և արագորեն ընկալվում է որպես իրականություն, երկրորդ՝ ազդում են ինչպես գիտակցության, այնպես էլ ենթագիտակցության վրա: Այս ոլորտում աչքի են ընկել Յավեր Ասադովի և Բահրամ Բագիրզադեի ծաղրանկարները:

Յավեր Ասադովի[161] ծաղրանկարներում գերակշռում են ՀՀ վարած արտաքին քաղաքականության վերաբերյալ սյուժեները: Օրինակ, Ղարաբաղի և Հայաստանի միավորման անհնարինությունը ցուցադրելու համար նկարում պատկերվել է Հայաստանի և Ղարաբաղի ազգաբնակչության ճիգերի գործադրումը նույն բևեռներով մագնիսներն իրար միավորելու ուղղությամբ: Մագնիսներից մեկի վրա մակագրված է «Հայաստան», մյուսի վրա՝ «Ղարաբաղ» (նկ.22): Ինչպես հայտնի է նույն բևեռներ ունեցող մագնիսներն իրար վանում են: Կամ Հայաստանը, որպես Կովկասի ազատությանը խոչընդոտող երկիր ներկայացնելու նպատակով պատկերվել է ազատության ձգտող սպիտակ աղավնին, որի ոտքը շղթայված է մոխրագույն ծանրաքարին: Ըստ հեղինակի մտահղացման սպիտակ աղավնին մարմավորում է Կովկասը, իսկ մոխրագույն ծանրաքարը՝ Հայաստանը (նկ.23):



Յավեր Ասադովը 1975թ. ավարտել է Ադրբեջանի պետական գեղարվեստական ուսումնարանը, իսկ 1980թ.՝ Ադրբեջանի արվեստի և մշակույթի պետական համալսարանը, հանդիսանում է Ծաղրանկարիչների կազմակերպության միջազգային ֆեդերացիայի (FECO) անդամ, հիմադրել է «Զարաֆատ» երգիծական թերթը:



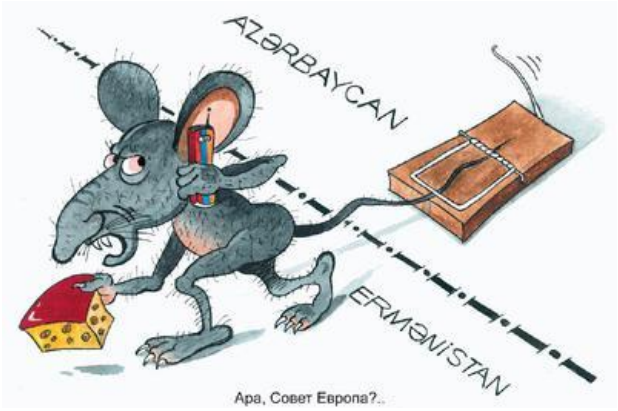
Նկ. 22

Նկ.23

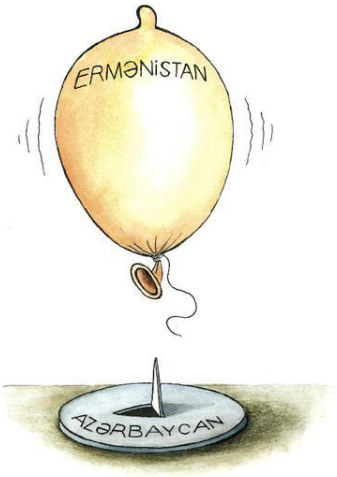
[161] https://www.google.ru/interstitial?url=http://www.cartoonia.ru/ru/node/3050

Բահրամ Բաղիրզադեի[162] (1994թ. ավարտել է Ադրբեջանի արվեստի և մշակույթի պետական համալսարանի ռեժիսորական ֆակուլտետը, հանդիսանում է Ծաղրանկարիչների կազմակերպության միջազգային ֆեդերացիայի (FECO) անդամ, հիմադրել է «Գալերեյա» ամսագիրը: Ավելին, նա հայտնի է որպես 1992թ. «Տղաներ Բաքվից» ՈՒՀԱ հավաքականի չեմպիոն) ծաղրանկարներում գերակշռում են Հայաստանը վակաբեկող սյուժեներ: Այսպես, նկարներից մեկում Հայաստանը պատկերվել է կոշիկներ մաքրողի տեսքով, որտեղ օգտվելով ամերիկյան մածուկից պատրաստվում է մաքրել ռուսական ճտկակոշիկը (նկ. 24): Մեկ այլ նկարում պատկերված է պոչը թակարդում առնետ, աջ ձեռքում պանրի կտոր, ձախում՝ ականջին դրած ՀՀ դրոշով բջջային հեռախոս: Առնետը ձգտում է Ադրբեջանի տարածքից անցնել Հայաստանի տարածք, իսկ ներքևի մասում զետեղված է «Արա, Եվրոպական Խորհու՞րդ...» մակագրությունը (նկ. 25): Տվյալ ծաղրանկարը մարմնավորում է հայերի «ենգ ու գող լինելու» գաղափարը, որը ոչինչ չի կարող անել անգամ ԵԽ-ին դիմելով, քանի որ պոչն արդեն թակարդումն է: Հաջորդ նկարում հեղինակը Հայաստանը պատկերել է փուչիկի, իսկ Ադրբեջանը՝ կոճակագամի տեսքով (նկ. 26):

ՆԿ.24



Նկ.25



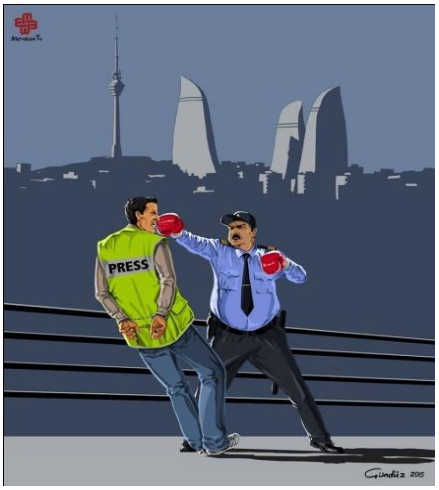
Նկ.26

[162] https://1news.az/bomond/bomaz/20110802014604253.html

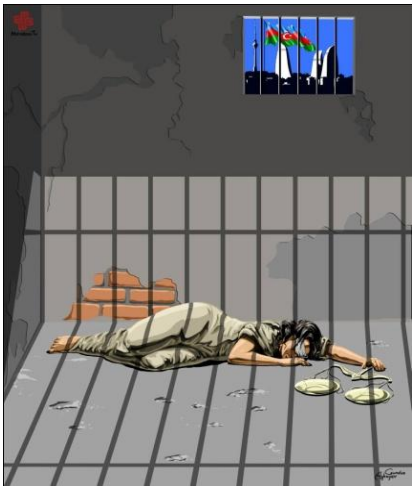
5.3. Ներքաղաքական ոլորտին վերաբերվող ծաղրանկարներ

Ադրբեջանի ներքաղաքական կյանքին բնորոշ բացասական երևույթները քննադատվում են ոչ միայն լրատվամիջոցներում, այլև դրսևորվում են սուր անկյունով ներկայացված ծաղրանկարնկարների հոգեբանական ներգործության կիրառումամբ: Ցավոք այս ոլորտն այդքան էլ տարածված չէ, քանզի երկրում առկա է խստագույն գրաքննություն: Բայցևայնպես ադրբեջանցի ծաղրանկարիչները ովքեր գտնվում են արտասահմանում կարողանում են իրենց գաղափարներ տարածել հանրության շրջանում: Արտասահմանում գտնվող այդպիսի ծաղրանկարիչներից է Գյունդուզ Աղաևը[163]: Նրա նկարները նվիրված են Ադրբեջանում առկա խոսքի ազատության բացակայությանը, մարդու իրավունքների ոտնահարմանը և երկրում ֆաշիստական ռեժիմի առկայությանը: Օրինակ, Ադրբեջանի ֆաշիստական ռեժիմն է խոհրդանշում Ա.Հիտլերին հիշեցնող, մոխրագույն ֆոնին, պրոֆիլով նկարված, կմախքի և գանգի պատկերով Ի.Ալիևի կերպարը (նկ.27): Խոսքի ազատության բացակայությանն է վերաբերվում Բաքվի տեսարժան համայնապատկերի ֆոնին, բոքսի ռինգ հիշեցնող տարածքում, բռնցքամարտիկի ձեռնոցներով ոստիկանի **Գյունդուզ Աղաև** կողմից շղթայված ԶԼՄ ներկայացուցչին հարվածելը (նկ.28): Երկրում օրենքի բացակայությանն է վերաբերվում մոխրագույն բանտախցում, բետոնե սալահատակին պարկած արդարադատության աստվածուհի Ֆեմիդայի նկարը: Ուշագրավն այն է, որ պատուհանի ճաղերից այն կողմ կապույտ երկնքի ֆոնին ծփում է Ադրբեջանի խորհրդանիշ՝ դրոշը (նկ.29):

Նկ.27



ՆԿ.28



Նկ.29

Այսպիսով, հակահայկական բովանդակությամբ ծաղրանկարներում մի կողմից ձևը ծառայել է «գաղափարական բովանդակությանը», կոմպոզիցիայի թեմատիկան ու մեկնաբանություններն ընտրելիս հեղինակները հենվել են կեղծիքների վրա և բացասական վերաբերմունք ստեղծելու նպատակով կիրառել են բազմազան ու բազմապիսի խորհրդանիշներ, այլաբանական և փոխաբերական իմաստներ: Այս ճանապարհով ջանացել են հասնել իրենց առջև դրված նպատակին՝ գեղարվեստական հնարքների միջոցով մարմնավորել իրենց մտահղացումները: Մյուս կողմից «սուր դիտողականությամբ և հյութեղ պատկերներով» ստեղծել են իրավիճակներ՝ ծաղրի ենթարկելով հայկական կյանքում և իրականությունում տեղ գտած «արատները», ինչով կոպտորեն ոտնահարել են ծաղրանկարչության՝ յուրաքանչյուր ժանրում երևույթների մեջ թափանցելու, ընդհանրացումների հասնելու կարողության ցուցաբերման, վերիմաստավորման, և ինչու չէ, նկարների միջոցով դաստիարակելու ու տեղ գտած թերությունները շտկելու սկզբունքները:

[163] https://www.facebook.com/gunduz.aqayev

ՎԵՐՋԱԲԱՆ

Ադրբեջանական մեդիա-դաշտում կիրառվող մանիպուլյացիոն հնարքները համարվում են զանգվածների գիտակցության (ենթագիտակցության) վրա տեղեկատվական-հոգեբանական ազդեցության հիմնական գործիքներից մեկը: Հստակ գիտակցելով այս ամենը՝ Ադրբեջանը համաշխարհային տեղեկատվական դաշտում վարում է սեփական ներկայացուցչական ցանցի ընդլայնման բազմավեկտոր քաղաքականություն, որի միջոցով միջազգային, յուրային և հայկական հասարակությանն է հասցնում հակահայկական քարոզչությունը:

Ադրբեջանի լրատվական համակարգը կարող ենք ներկայացնել հետևյալ կերպ.

- ներադրբեջանական ցանցեր, մասնավորապես էլեկտրոնային,
- թուրքական և այլ արտասահմանյան պարբերականների հետ համագործակցություն, օտարերկրյա հեղինակավոր ԶԼՄ-ներում քարոզչական նյութերի տպագրում,
- ավանդական ԶԼՄ-ներ մասնավորապես՝ օնլայն հեռուստատեսության ընդլայնում,
- ադրբեջանական պարբերականներ, որոնք հրատարակվում են երկրի սահմաններից դուրս,
- հանրաճանաչ լրատվամիջոցների ակտիվ կիրառում, մասնավորապես՝ Facebook, Vk., Twitter, Odnoklassniki, MoiMir, Mail, email@Mail, Youtube և այլն,
- լոբբինգային բաղադրիչի կիրառում:

Ադրբեջանը, ձգտելով տեղեկատվական դաշտում առավելության հասնել համացանցային տարածության մեջ սեփական տեղեկատվական ռեսուրսներ հիմնելու գործում միջոցներ չի խնայում:

Վերլուծելով ադրբեջանական մեդիա-դաշտի հոգեբանական մանիպուլյացիայի դրսևորումները՝ հանգում ենք այն եզրակացության, որ նրանք իրականացնում են երկարաժամկետ և կարճաժամկետ տեղեկատվական-հոգեբանական ազդեցության ռազմավարություն:

Երկարաժամկետ տեղեկատվական-հոգեբանական ազդեցությունը ենթադրում է որոշակի քայլերի, ակցիաների, միջոցառումների պարբերականություն՝ երկարաժամկետ հատվածում նախանշված արդյունքին հասնելու համար: Օրինակ, գրքերի հրատարակումը, ֆիլմերի պատրաստումը, համապատասխան ուղղվածությամբ լրատվամիջոցների, լրատվական համակարգերի ստեղծումը և այլն: Որոշ դեպքերում էլ մշակվում են քարոզչական թեզեր, որոնք տարածվում են արտասահմանում ադրբեջանական դիվանագիտական ներկայացուցչությունների, մշակույթի կենտրոնների, հասարակական կազմակերպությունների շրջանում և պարտադիր են մշտական կիրառության համար: Այդպիսի թեզերից են «Հայաստանի կողմից Ադրբեջանի տարածքների 20 տոկոսի զավթում», «Խոջալուի ցեղասպանություն», «1 միլիոն ադրբեջանցի փախստականներ», «ահաբեկիչ հայեր» և այլն: Ադրբեջանական կողմն, անընդհատ և ամենուր կրկնելով դրանք, նպատակ ունի կրկնության միջոցով ուղղակի ստիպել հավատալ այդ թեզերին:

Երկարաժամկետ տեղեկատվական-հոգեբանական ազդեցության թեզերն Ադրբեջանում մշակվել են հայերի նկատմամբ զգացմունքային լարվածության, հակակրանք առաջացնող պատմական հորինովի իրադարձությունների, կամ իրական հիմք ունեցող, սակայն այլափոխված փաստերի տարածման, էթնիկական առանձնահատկությունների մասին բացասական կարծրատիպերի ստեղծման, կամ եղածների նենգափոխման, սոցիալական, կրոնական, քաղաքական, գաղափարական տարբերությունների շեշտադրման հնարքների հիման վրա:

Կարճաժամկետ տեղեկատվական-հոգեբանական ազդեցությունը ենթադրում է կարճաժամկետ տեղեկատվական գործողություններ կամ տեղեկատվական ալիքների միջոցով ընթացիկ խնդիրների աջակցում, որի սխեման կարելի է ներկայացնել այսպես՝ գաղտնի կամ բաց խողովակներով պաշտոնական տեղեկատվության տարածում, զուգորդված մեկնաբանություններով տեղեկատվության տարածում տեղական ԶԼՄ դաշտի միջոցով, տեղեկատվության փոխանցում միջազգային լրատվամիջոցներին և միջազգային ամբիոններից թեմայի արծարծում:

Ճիշտ է նման մեթոդները կարող են օգտագործվել նաև երկարաժամկետ հատվածում նպատակներին հասնելու համար, սակայն միայն վերոնշյալ մեթոդներով երկարաժամկետ նպատակների հասնել հնարավոր չէ՝ առնվազն անհրաժեշտ է դրանց պարբերականությունը: Իսկ կարճաժամկետ հատվածում այս սխեման թույլ է տալիս օպերատիվ արձագանքել իրադարձություններին և հասնել արդյունքի:

Ինչ վերաբերվում է տեղեկատվական թիրախների ընտրությանը, ապա Ադրբեջանը այն իրականացնում է հետևյալ սկզբունքների վրա հիմնվելով:

- Ադրբեջանի քաղաքականությանն աջակցող տեղեկատվության (ապատեղեկատվության) արծարծում:
- Փնտրվում և ընտրվում են այնպիսի իրավիճակներ, երբ հակառակորդը հայտնվել է անհարմար իրավիճակում, երբ նա դարձել է ծաղրի առարկա կամ պարտվել է:
- Հակառակորդի թերությունները, բացթողումներն օգտագործվում են որպես սեփական քարոզչության համար առիթ:

Անդրադառնալով ադրբեջանական հանրության արժեքային-գաղափարական դաշտի ձևավորման մեջ մեդիաների դերին, կարող ենք ասել հետևյալը: *Նախ*, լրատվամիջոցների հիմնական մեխանիզմը սենսացիոն լուրերով ապահովելու մրցավազքն է, որի ընթացքում լուսաբանվում են հատկապես շեղվող, մարդկանց տհաճորեն զարմացնող արտառոց միջադեպեր: Այսինքն, լրատվամիջոցները տարածում են վատ գաղափարախոսություններ, քանի որ դա մարդկանց ուշադրությունը գրավելու միակ միջոցն է: *Երկրորդ*, արժեքները մեդիայում հաճախ շրջանառվում են պարզապես որպես անվանումներ՝ մեկ այլ թեմա սպասարկելու համար: Օրինակ, լրագրողները նույն լրջությամբ կարող են խոսել ադրբեջանական խոհանոցի, երաշժտության և ցեղասպանության մասին: *Երրորդ,* գաղափարական քննարկումների ծայրահեղ սղություն: Գաղափարական սղության գործոններից մեկն այն է, որ մեդիաբովանդակության վերահսկման հիմնական մեխանիզմը մնում է անցանկալի թեմաների ֆիլտրացիան, «ներս չթողնելը» և ոչ թե անհրաժեշտ գաղափարների ներմուծումը: Վերահսկումը հատկապես վերաբերում է սոցիալ-քաղաքական ոլորտի տեղեկատվությանը: Որոշակի բազմազանություն թույլատրվում է ժամանցային բլոկում, ինչը, բնականաբար, ազդեցիկ չէ: *Չորրորդ,* մի կողմից լրատվամիջոցներն առավելապես ազդում են հանրության հուզական ոլորտի վրա՝ բաց թողնելով գիտակցական դաշտը: Տարբեր ուժեր ներկայացնող մեդիաներն իրարից քիչ են տարբերվում անհավասարակշիռ և ծայրահեղ գնահատականներով: Անգամ որպես վերլուծություն ներկայացված նյութերը հաճախ լի են կլիշեներով, ձևավորում են նկատելի հուզական ֆոն, ընդ որում բացասական: Խոսքային մակարդակում տեղի են ունենում նեգատիվ հույզերի, օրինակ՝ վախի մասնակի պարպում, կուտակված ագրեսիայի փոխհատուցում խոսքային մակարդակում: Հաճախ նման բնութագիր ունեն թե՛ քարոզչական տեքստերի մեջ մասնագիտացած լրագրող-հոդվածագիրների տեքստերը, թե՛ պետական պաշտոնյաների շուրթերից հնչող ուղերձները: Հայերին ատելու լեգիտիմացման համատեքստում վատաբանելը, փաստորեն, դառնում է հետզհետե ավելի քիչ վերահսկելի և ինքնանպատակ գործընթաց, և նախասկզբնական նպատակը՝ ներգործելը, աննկատ մղվում է ետին պլան, թեև գործողությունները թվացյալ հատկանիշներով մնում են քարոզչության դաշտում: Հետին պլան է մղվում նաև լրագրողական պրոֆեսիոնալիզմը, որը կպահանջեր փաստարկված, հավասարակշիռ և ազդու խոսք: Մյուս կողմից հուզականության ոլորտի ազդեցությունն այնքան է չափազանցվում, որ առաջ է բերում քրոնիկ բնույթի նեգատիվ տրամադրություններ և ապրումներ: Օրինակ, անընդհատ շրջանառվում է հետևյալ արտահայտությունը. «Ադրբեջանում գտնում են, որ հայերի կողմից մեր ազգի դեմ ցեղասպանությունը չի ավարտվել անցյալ դարավերջին, այլ այսօր էլ շարունակվում է: Այդ մասին խոսվել է Հայաստանի կողմից ադրբեջանցիների իրականացվող ցեղասպանության վերաբերյալ միջազգային կոնֆերանսներում»: Իհարկե, սա հայերի բացասական կերպարի ամրապնդմանն ուղղված քարոզչական արտահայտություն է: Սակայն ցեղասպանության հասկացության կիրառումը ներկա շարունակական ժամանակով գիտակցության մեջ ամրագրում է զոհի կայուն կարգավիճակ, նեգատիվ ապրումներ՝ դրանց հաղորդելով մշտական բնույթ: Այս նույն ոլորտից է և ավելի մեծ ծավալներ ունի, անշուշտ, ինտենսիվ տեսա- և տեքստային արտադրությունը Խոջալուի մասին: Դրա շուրջ հյուսված հոդվածները, հաղորդաշարերն ու կայքերը՝ դիակների կրկնվող տեսարաններով, հուշարձանները և այլն, ջանքեր են՝ ուղղված սփական հանրության աչքում հայի բացարձակ բացասական կերպարի կերտմանը: Դրա հետ մեկտեղ, այդ ամենը տրավմատիզացիայի է ենթարկում և վիկտիմիզացնում՝ զոհ լինելու զգացողություն է հաղորդում քաղաքացիներին, հատկապես՝ ձևավորվող սերնդին: Հիմնվելով այն գաղափարի վրա, որ քարոզչական հիմնական տեխնիկաներից մեկը կրկնությունն է, նրանք կարծես վրիպել են, որ դիակների հաճախակի ցուցադրությանը դա չի վերաբերվում: *Հինգերորդ,* հայի կերպարի ներկայացման մեջ

ադրբեջանական կողմը օգտագործում է հոգեբանական ազդեցության մեխանիզմներից մեկը՝ պրոյեկցիան: Այսինքն, սեփական բացասական միտումները, հատկանիշները տեղափոխում է հակառակորդի վրա և վերագրում նրան: Օրինակ, «հայի կերպարը» մատուցող քարոզչական գեղարվեստական ֆիլմերից մեկում հայի վայրագության այնպիսի դրվագներ են պատկերվում, որ ֆիլմի հեղինակից պահանջում են խեղված երևակայության բավական ուժեղ աշխատանք: Այսպես, հայ չարագործը, որը Խոջալու է մտել կոտորելու, այնքան ազատ ժամանակ ունի իր սադիզմին հագուրդ տալու, որ կարող է մեծ տակառով ջուրը եռացնել, այնուհետ կապել գեղջկուհու մեջքին այնպես, որ ամեն կռանալու հետ եռման ջուրը թափվի և այրի նրան, հետո էլ ժամանակ գտնել՝ հաց ուտելու և վայելելու այդ տեսարանը: Թշնամու կերպարի ընդգծված բացասական մոտեցման մեջ, այսպիսով, ադրբեջանցիները խախտում են ռեալիզմի նվազագույն օրենքները, մատնում սեփական երևակայության ագրեսիվ, հիվանդագին տարրերը:

Այդուհանդերձ, ի դեմս Ադրբեջանի մենք ունենք լուրջ նախանշված ծրագրով գործող հակառակորդի, որի դեմ տեղեկատվական դաշտում հնարավոր է պայքարել միայն ժամանակակից տեղեկատվական պայքարի կանոններին համապատասխան ծրագրերի ու արհեստավարժ մասնագետների առկայության դեպքում:

ԱՂԲՅՈՒՐՆԵՐ ԵՎ ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. https://www.mod.gov.az/&prev=search
2. http://az.azeridefence.com/
3. http://diaspora.az/
4. http://ru.oxu.az/
5. http://haqqin.az/news
6. http://news.day.az/topnews/
7. http://www.armenia.az/
8. https://www.facebook.com/armenia.az
9. http://www.cbc.az/am
10. http://www.cbc.az/ru/
11. http://www.irevanaz.com/
12. http://www.iravan.com/arm/articles/home
13. http://1905.az/hy/
14. http://karabakhinfo.com/?lang=hy
15. http://www.dailykarabakh.com/index.php?lang=ru
16. http://virtualkarabakh.org/index.php?lang
17. http://qafqaznews.org/
18. http://vakrf.ru//index.php/
19. http://fnkaaz.ru/
20. http://diasporinfo.com/
21. http://azerros.ru/news/
22. http://www.amor.az/
23. http://www.trend.az/
24. http://minval.az/
25. http://www.rizvanhuseynov.com/
26. http://pan.turkist.org/
27. https://news.mail.ru/tag/155/
28. http://sia.az/ru
29. http://www.contact.az/
30. http://istiglal.com/
31. http://median.az/
32. http://ru.strategiya.az/index.php
33. http://ru.axar.az/
34. http://arxiv.az/az/russian
35. http://azerbaijanamericaalliance.org/
36. http://habarlar.ru/
37. https://www.meydan.tv/ru
38. http://kavkasia.net/Azerbaijan/
39. http://report.az/ru/armiya/
40. http://www.azerbaijan.az/portal/index_r.html?lang=ru
41. http://azertag.az/ru/
42. http://www.echo.az/
43. http://ru.apa.az/links/5
44. http://azeritoday.com/archives/category/army
45. http://ru.faktxeber.com/
46. http://a-r.az/ru
47. http://azpress.az/index.php?lang=ru
48. http://interfax.az/
49. http://interfax.az/

50. http://www.regionplus.az/
51. http://www.topnews.az/ru/news
52. http://www.topnews.az/ru/news
53. http://www.news.life.az/
54. http://ru.sputnik.az/
55. http://www.turan.az/index_ru.html
56. http://vesti.az/
57. http://baku.ws/
58. http://www.infoaz.org/new/index.php/ru/2014-10-04-17-25-29
59. http://www.veteninfo.az/ru/
60. http://azeritimes.az/ru/search/
61. http://piar.az/
62. http://www.pronews.az/
63. http://www.zerkalo.az/
64. http://uaport.net/news/az/source/02511?page=1
65. http://www.vestikavkaza.ru/news
66. http://www.mediaforum.az/rus/
67. http://www.gapp.az/news/cat_id/3
68. http://ethnoglobus.az/
69. http://lezgi-yar.ru/news/
70. http://www.flnka.ru/
71. http://lezgistan.tv/category/novosti/
72. http://udi.az/
73. http://tolishpress.org/
74. http://sharvili.com/
75. http://roa.az/main/
76. http://atc.az/
77. http://deyerler.org/ru/
78. http://www.kavkazplus.com/index.php
79. http://www.turkishnews.com/ru/content/
80. http://www.xalqqazeti.com/ru/news/news
81. http://www.azerbaijans.com/index_ru.html
82. https://plus.google.com/114010316368192907114
83. http://www.navigator.az/
84. http://weblist.az/info-sites/
85. http://www.vzglyad.az/cat.php?id=2
86. http://www.criminalazerbaijan.com/
87. http://birlik.az/ru/index.php
88. http://xeber.nur-az.com/ru/news/index
89. http://www.caspianenergy.net/ru/
90. http://az.mirtv.ru/news/politics.html
91. http://azerbaijan-irs.com/category/politika/
92. http://armud.az/
93. http://country.eiu.com/azerbaijan
94. http://www.azglobus.net/politics
95. http://disput.az/
96. http://www.politrus.com/
97. https://www.oximity.com/
98. http://azxeberlenti.com/main?lang=3
99. http://goodnews.az/
100. http://islam.az/

101. http://azcongress.info/
102. http://www.olaylar.az/news/russian
103. http://www.megafon.az/menu/politrus/
104. http://guzei.com/online_tv/watch.php?online_tv_id=6793
105. http://www.cbc.az/ru/video/all-videos
106. http://www.cbc.az/am
107. http://www.cbc.az/ru/tv-program
108. http://apa.tv/
109. http://www.hdtvler.net/ictimai-tv/
110. http://news.atv.az/
111. https://www.youtube.com/user/wcbcaz
112. http://www.tammby.narod.ru/azerbaidjan/tv-online_azerbaijan-aztv_idman.htm
113. http://www.liveonlineradio.net/ru/category/azerbaijan
114. http://www.tamby.info/tv-online/tv-azerbaijana_ictimai-televiziya.htm
115. https://armeniya.wordpress.com/
116. http://www.turkist.org/
117. http://my-baku.ru/
118. http://aztwi.com/?inc=userlist&usort=followers&pg=1&aod=desc
119. http://azeribook.com/
120. http://www.ukrinform.ru/search
121. http://www.kommersant.ru/Search/
122. https://twitter.com/meydantv
123. https://twitter.com/hashtag/
124. https://twitter.com/Minval_az
125. https://twitter.com/wwwazeaz
126. https://twitter.com/tolishpress
127. https://twitter.com/kelbajar
128. https://twitter.com/bellingcat
129. https://twitter.com/wwwazeaz
130. http://aliyevsvictims.name/
131. http://adex.az/2014/?p=news_all&l=ru
132. http://aze.az/
133. http://www.br.az/
134. http://azerbaijan.kavkaz-uzel.ru/
135. http://www.kaspiy.az/
136. http://www.novoye-vremya.com/
137. http://ulu.az/ru/
138. http://ann.az/ru/
139. http://www.gender-az.org/
140. http://ru.avatv.az/
141. http://rus.baku-art.com/
142. http://ru.bakunews.az/
143. http://www.azeri.ru/
144. http://www.azerbaycanli.org/ru/index.html
145. http://www.armenianreport.com/pubs/azerbaijan
146. http://www.ihr-az.org/index.php?lang=3&ind=news
147. http://azerbaijanfoundation.az/ru/news/
148. http://vk.com/military_az
149. https://vk.com/wall-2466663?
150. https://vk.com/xeberler
151. http://vk.com/azeri_patriots

152. https://vk.com/karabakharchive
153. https://vk.com/karabakh_azerbaycan
154. https://vk.com/amir.eyvaz
155. http://vk.com/azerbaijan_public
156. http://vk.com/azerbaycan
157. http://vk.com/qanliyanvar
158. http://vk.com/khojaly
159. http://vk.com/azange_rise
160. https://www.facebook.com/azcongress/
161. https://www.facebook.com/eldar.zeynalov.1961
162. https://www.facebook.com/cbc.az
163. https://www.facebook.com/AsadovYaver/
164. https://www.facebook.com/elman.mirzayev.5
165. https://www.facebook.com/Gunduz-Aghayev-141912312544450/
166. https://www.facebook.com/Bahram.az/?fref=photo
167. http://www.cartoonia.ru/ru/entsiklopediya-karikatury/a
168. http://azcongress.ru/
169. http://open.az/
170. https://www.liveinternet.ru/rating/az/#geo=az;
171. http://www.whois.az/cgi-bin/stat.cgi?lang=ru
172. http://azj.rus4all.ru/news/
173. http://www.videofan.in.ua/online/
174. http://www.ksam.org/index.php
175. http://agirov.com/
176. http://www.search.az/info_r.html
177. Ադրբեջանի հակահայկական տեղեկատվական համակարգը - Եր. «Նորավանք» ԳԿՀ, 2009- http://ysu.am/files:
178. Ադրբեջանի հայալեզու հեռուստահաղորդումների ինֆոքաղաքականությունը // «Գլոբուս Ազգային անվտանգություն», թիվ 1, 2011:
179. Արզումանյան Հ. Ցանցակենտրոն պատերազմների և գործողությունների տեսությունը և սկզբունքները. // 21-րդ դար «Նորավանք» ԳԿՀ, N 2, 2008:
180. Բարսեղյան Ա. Ադրբեջանի քաղաքականությունը փորձագիտական տիրույթում // 21-րդ դար «21-րդ դար», թիվ 6 (64), 2015թ:
181. Միրաքյան Վ. Լրատվամիջոցների ազդեցության հնարավորությունները. - Եր.: Հեղինակային հրատարակություն, 2010:
182. Միրաքյան Վ. Ագրեսիվ հեռուստատեսության հետևանքները.-Եր.: «Միտք» վերլուծական կենտրոն, 2012թ.:
183. Միրաքյան Վ. Սոցիալական դիրքորոշումների ձևավորումը զանգվածային լրատվամիջոցներով.-Եր., ԵՊՀ հրատ., 2015թ.:
184. Սամսոնյան Ա. Քարոզչության հոգեբանական մեթոդները // http: //www. article. diplomat.am/publ/ informacion_paterazmner/qarozchowt_39_yan_hogebanakan_met_39_odnery_39/20-1-0-18# sthash.xhmBtCua.dpuf
185. Ժամկոչյան Ա. Պրոպագանդա, ագիտացիա, մանիպուլյացիա և համոզում http://www.noravank.am/ arm/articles/detail.php?ELEMENT_ID=13705:
186. Խումարյան Գ. Տեղեկատվական ներազդումը և ազգային եթերային դաշտի կայունությունը. // 21-րդ դար «Նորավանք» ԳԿՀ, N 2, 2008:
187. Վերանյան Կ. Լոբբինգային ինստիտուտը Միացիալ Նահանգներում. լոբբինգային գործունեության իրավաքաղաքական հիմքերը //«21-րդ դար», թիվ1(29), 2010թ.:
188. Մանուսյան Ա. ՁԼՄ լսարանի վստահությունը. միտումներ. // «Գլոբուս» վերլուծական հանդես, N 7, 2013:

189. Կուրբալիա Յ. Համացանցի կառավարումը.-Եր., Նոյան Տապան., 2012թ.
190. Аронсон Э, Праткание Э.Р. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения, повседнежное использожание и злупотребление. Перераб. Изд. – СПб.: прайм- ЕВРОЗНАК, 2003.
191. Бухарин С.Н. Методы и технологии информационных войн. – М.: Академический Проект, 2007.
192. Зелинский С.А. Манипулирование личностью и массами. Манипулятивные технологии власти при атаке на подсознание индивида и масс. – СПб.: Издательско-Торговый Дом «СКИФИЯ», 2008.
193. Информационная война. Информационное противоборство: теория и практика: монография / Под общ. ред. Щекотихина.- М.: Академия ФСО России, ЦАТУ, 2010.
194. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. – М.: Эксмо, 2012.
195. Кудин П.А., Ломов Б.Ф., Митькин А.А.. Психология восприятия и искусство плаката. – М.: «Плакат», 1987.
196. Москина Д.Н. Краткая энциклопедия карикатуры. ИД «ПЕТРОПРЕСС» ПЕТРОЗАВОДСК, 2000.
197. Панарин И.Н. Технология информационной войны. – М.: «КСП +», 2003
198. Прокофьев В.Ф. Тайное оружие информационной войны: атака на подсознание. Издание второе, расширенное и доработанное. Серия ,,Информационные войны,,. М.: СИНТЕГ, 2003.

Բ Ո Վ Ա Ն Դ Ա Կ Ո Ւ Թ Յ Ո Ւ Ն

ՆԵՐԱԾՈՒԹՅՈՒՆ 2

1. ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ-ՀՈԳԵԲԱՆԱԿԱՆ (ՄՆԻՊՈՒԼՅՑԻՈՆ) ԱԶԴԵՑՈՒԹՅԱՆ ՀՆԱՐՔՆԵՐԸ 4

1.1 Մանիպուլյացիոն հնարքների կիրառումը ռազմական ոլորտում 4

1.2 Մանիպուլյացիոն հնարքների կիրառումը արտաքին քաղաքականության ոլորտում.. 10

1.3 Մանիպուլյացիոն հնարքների կիրառումը ներքաղաքական ոլորտում 14

2. ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ-ՀՈԳԵԲԱՆԱԿԱՆ (ՄԱՆԻՊՈՒԼՅԱՑԻՈՆ) ԱԶԴԵՑՈՒԹՅՈՒՆՆ ԱԴՐԲԵՋԱՆԻ ԼՈԲԲԻՆԳԱՅԻՆ ԲԱՂԱԴՐԻՉՈՒՄ 19

3. ՀԵՌՈՒՍՏԱՏԵՍՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ՌԱԴԻՈՅԻ ՄԻՋՈՑՈՎ ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ-ՀՈԳԵԲԱՆԱԿԱՆ (ՄՆԻՊՈՒԼՅՑԻՈՆ) ԱԶԴԵՑՈՒԹՅԱՆ ՀՆԱՐՔՆԵՐԸ 23

3.1 Ռազմական ոլորտ 23

3.2 Արտաքին քաղաքականության ոլորտ 25

3.3 Ներքաղաքական ոլորտ 26

3.4 Ռադիոյի միջոցով տեղեկատվական-հոգեբանական ազդեցությունը 27

4. ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ-ՀՈԳԵԲԱՆԱԿԱՆ ԳՈՐԾՈՂՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐՆ ԱԴՐԲԵՋԱՆԱԿԱՆ ՀԱՄԱՑԱՆՑՈՒՄ 30

4.1 Ինտերնետային կայքեր 30

4.2 Բլոգներ և անհատական կայքեր 34

4.3 Ինտերնետային սոցիալական ցանցեր 35

5. ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ-ՀՈԳԵԲԱՆԱԿԱՆ ԱԶԴԵՑՈՒԹՅՈՒՆԸ ԾԱՂՐԱՆԿԱՐՆԵՐԻ ՄԻՋՈՑՈՎ 39

5.1 Ռազմական ոլորտին վերաբերվող ծաղրանկարներ 39

5.2 Արտաքին քաղաքականության ոլորտին վերաբերվող ծաղրանկարներ 41

5.3 Ներքաղաքական ոլորտին վերաբերվող ծաղրանկարներ 42

ՎԵՐՋԱԲԱՆ 44

ԱՂԲՅՈՒՐՆԵՐ ԵՎ ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ 47